CRG

REVISTA LATINOAMERICANA DE ESTUDIOS SOBRE LA HISTORIETA

no. 32 - vol. 8 - diciembre 2008

REVISTA LATINOAMERICANA DE ESTUDIOS SOBRE LA HISTORIETA

www.rlesh.110mb.com

Dirección, redacción y administración
Calle 11 # 160 e/ K y L - Vedado
La Habana (Cuba)
tel.: (537) 832 75 81-3 - fax: (537) 832 22 33
e-mail: edpablo@eventos.cip.cu

Directora general
Irma Armas Fonseca

Directores culturales
Dario Mogno, Manuel Pérez Alfaro

Redacción
Gladys Armas Sánchez
Samuel Paz Zaldívar

Diseño
Tony Gómez

Ilustración de cubierta
viñeta de «Boogie el aceitoso» de
Roberto Alfredo Fontanarrosa

La **Revista latinoamericana de estudios sobre la historieta** es el órgano oficial del **Observatorio permanente sobre la historieta latinoamericana**. Su periodicidad es trimestral: sale el 15 de marzo, el 15 de junio, el 15 de septiembre y el 15 de diciembre de cada año. El precio de cada ejemplar es de 10 $MN en Cuba, de 3 US$ en los demás países. La suscripción anual individual cuesta 40 $MN para el envío en Cuba, 12 US$ para el envío a los demás países. La suscripción anual para las instituciones cuesta 20 US$ sea en Cuba sea en los demás países.

©2008 Revista latinoamericana de estudios sobre la historieta / Observatorio permanente sobre la historieta latinoamericana.

© Las ilustraciones que aparecen en este número son propiedad de sus autores.

Fotomecánica e impresión: Departamento técnico de la Editorial Pablo de la Torriente.

ISSN: 1683-254X

Pablo de la Torriente
Editorial

Índice

PANORÁMICA

Ángel Fuentes
Investigación sobre los cómics en Puerto Rico **185**

DIDÁCTICA Y PROMOCIÓN SOCIAL

Liliana Cotto Morales
Con el pueblo para el desarrollo sustentable de Vieques. Las tirillas de Vieques **207**

AUTORES

Norberto Rodríguez Van Rousselt
Roberto Alfredo Fontanarrosa (el Negro) **218**

SOCIOLOGÍA

Martha Cecilia Jaime González
Un ambiente de mucho despiporre. La ciudad de Gabriel Vargas en «La familia Burrón» **225**

ORGANIZACIÓN CULTURAL

Ernesto Priego
Para la creación de un Centro Nacional de Historieta **233**

Investigación sobre los cómics en Puerto Rico

Ángel Fuentes
Historietista e investigador, San Juan, Puerto Rico

Resumen

El siguiente artículo provee una breve mirada histórica a los cómics producidos en Puerto Rico. En el mismo se destaca los comienzos en tirillas cómicas para periódicos y revistas desde finales del siglo XIX y la evolución del género hasta la escena actual de los cómics en la isla. Señalamos algunos artistas puertorriqueños que se han destacado en Estados Unidos y entrevistamos a varios creadores de cómics locales que expresan su opinión sobre las particularidades de producir, distribuir y promover sus obras.

Abstract

The following article provides a historic overview of comic books produced in Puerto Rico. It is focused on the beginnings on comic strips for newspapers and magazines from late 19th century and the evolution of the genre towards the current comic scene in the island. We feature several Puerto Rican artists that have succeeded in the United States and we interview some local comic creators that express their opinions regarding the peculiarities of producing, distributing and promoting comics.

Introducción

Es muy poco lo que se ha escrito sobre los cómics en Puerto Rico. Esto tal vez corresponde a que la escena local es una que aún no ha logrado capturar un interés o relevancia como medio de expresión en la sociedad puertorriqueña. Los pocos creadores de cómics en Puerto Rico mantienen una producción mínima de cómics y su público es de apenas centenares de personas entre los cuatro millones de habitantes en la isla. Sin embargo, es importante para mí destacar los trabajos de estos historietistas para no olvidar sus diversas contribuciones al género.

La siguiente es una investigación que realicé para el programa «Prohibido olvidar», transmitido por el canal 6, TUTV de Puerto Rico, en el cual ofrezco una mirada general sobre la evolución desde las primeras tirillas cómicas hasta las revistas producidas actual-

A los del autor se añaden los agradecimientos de la revista a Amalia García Padilla, Marietty Lasanta Berríos y Márel Malaret de «Prohibido olvidar» por la amable colaboración que hizo posible la publicación del presente artículo. Gracias además a Carlos y Emilio Torres por su ayuda.

mente en el país. Agradezco a Márel Malaret y al equipo de producción de «Prohibido olvidar» por permitirme compartir esta investigación con esta publicación

Apuntes históricos

Las primeras manifestaciones de tirillas en Puerto Rico aparecieron en los periódicos a finales del siglo diecinueve. Eran ilustraciones humorísticas de temas socio-políticos y económicos. Las mismas consistían de un solo recuadro con algún texto explicativo o diálogo en la parte inferior de la ilustración. Estas tirillas fueron hechas en su mayoría por dos figuras: Antonio Contreras y Mario Brau (hermano del escritor Salvador Brau).

Figuras 1 y **2:** Dos viñetas de *El Sombrero*.

En 1877 aparece en Vega Alta un periódico semanal en manuscrito (no impreso) llamado *El Sombrero*, el cual se repartía entre la gente para su lectura con temas sociales del pueblo. *El Sombrero* contenía dibujos por el español José Manuel de Loira y Rosales, director del periódico. A continuación la descripción del personaje el Sombrero en una columna de Ivelisse Colón Nevárez para www.elpaquin.com:

«Imagínense un gigantesco sombrero de pana, como el que usan nuestros abuelos y los montadores de paso fino; con pies, manos, torso y vestido con una impecable etiqueta negra. Ese era el Sombrero, el personaje símbolo del periódico del mismo nombre.

»¿Por qué un sombrero? Para eso habría que estudiar el propósito del periódico. De acuerdo con sus creadores, *El Sombrero* era "apolítico (no ligado a partido ni ideología alguna), satírico, caricaturesco y de noticias", que defendía los intereses de los vegalteños y luchaba contra la ignorancia y criticaba a las autoridades municipales. Mas con mucho cuidado, pues estaba vigente el decreto del gobernador español Laureano Sanz, que imponía fuertes restricciones a la prensa escrita.

»Muchos de los intereses que perseguía el periódico eran similares al significado que daba la cultura popular al sombrero: dignidad, los más altos propósitos y principios morales, y por ser la pieza de ropa que más arriba se usaba en

la persona. El tipo específico de sombrero que usaba el personaje era el mismo utilizado por los hombres considerados más educados, refinados y de mayores ingresos, que eran vistos en aquella época como los mejores representantes de la cultura, el orden y la moral.

»El artista y periodista Loira pretendió darle a su personaje todos esos atributos, para reforzar los propósitos del periódico y hacer más llamativa y atractiva la misión que el medio impreso se había trazado».

Entre 1915 y 1917 Mario Brau ilustró tirillas de un solo recuadro para la revista *Juan Bobo*. Brau firmaba sus trabajos como Momo. En la década del veinte Carmelo Filardi ilustró tirillas con propósitos publicitarios en los periódicos. Filardi incorporó el estilo *art deco* con comentarios sociales. Más adelante, en la década del treinta, los artistas Tony Villamil y P. Fuentes dibujan tirillas de un recuadro para editoriales de la revista *Puerto Rico Ilustrado*.

A finales de la década del treinta, específicamente en 1937, nace la tirilla «El compay Juancho» en el periódico *La Democracia*, dirigido por Luis Muñoz Marín. La misma incorpora el sistema secuencial de varios recuadros. A continuación los comentarios sobre el mismo del artista y estudioso de la historia de cómics, Martín Ortiz en su blog en internet (elblogdeelmoro.blogspot.com):

Figura 3: Dibujo de Mario Brau publicado en *Puerto Rico Ilustrado* de 3 de julio de 1910.

«El padre de compay Juancho lo fue el ponceño Rafael D. Palacios, quien luego se destacara como pintor. No tengo mucha información acerca de él, pero, a mi entender, ha dejado la mejor tirilla que se haya hecho en Puerto Rico, aunque de corta vida (la tirilla "Compay Juancho" se publicó hasta el miércoles 28 de julio de 1937, cuatro meses después de su aparición).

Compay Juancho
ER COMPAY JUANCHO DE CUELPO PRESENTE Y PA SELVILE EN LO QUE US TE MANDE...
AR SENTRAL EN MI RANCHO TO ESTO ES SUYO... MI TALA, MI JAMACA, MI BACA BERRENDA MI CUATRO... DE TO PUE DISPONER COMO EN SU CASA ..... ES DISIL, JASTA QUE BENGA ER NOMBRAL DER BAN LO QUE TO PA ARRIMARAL..
ENANTES, EN TIEMPO DE ESPAÑA, USTE REJENDIA POL ESAS JACIAS Y TO ESA LOMA Y AQUER PEASITO E BAJURA, TO ERA DES, BIEJO PHO. RISPETAO Y QUERIO COMO DEN GUNO... ER POBRE! PA SEMANA SANTA NOS JONDABA A TO MI PUEBLO PHF BASTA... JUANITO, ENSIYATE LA PRIETA Y COJE HE LAS MEJORES POYOMAS Y LA LECHONSITA PINTA, SON PAL PADRE CURA. DISPUE VINIA CAIGAO DE REGALO PA TOS NOJOTRO. PA LOS BIEJOS Y LOS AHIJAOS...
PERO ESO ERAN OTROS TIEMPO. VOLO SAN SIRLACO Y NOS DEJO EN ER SOBERAO. SUELTE QUE BINO UNA SENTRAL Y NOS COMPRÓ LA GRAJA A 15 PESO CUELEM, LA MESMA SENTRAL LA MIRÓ Y SALIERON 5 CUELDAS MENO PERO CON TO Y CON ESO SALIMO BIEN. DISPUE UN BERANO NOS RA DAO CHIBO CON UNA FILPA Y AHORA QUE NO QUEO MAS QUE TO, ME TOCA ENTREGARLE MANANA ER RESTO DE LA FINQUITA

Figura 4: Una tira de «El compay Juancho» por Rafael D. Palacios.

PRESENTA:
YENNY
abre el SABADO FASHION
ENVÍA TUS MODAS Y DÍNOS A
DAVE ALVAREZ STUDIO
PMB 672
400 CALLE KALAF
SAN JUAN, PR, 00918
MODA DE HOY
Priscila M. Cardona Vazquez
CREO QUE ESTO DE COMICS ES MAS PARA HOMBRES.
CREEME QUE ME ESTOY DANDO CUENTA.
PERO NO TODO ES DE VARONES.
¡AY!! ¡ES JELOU KITTY Y AMIGOS! QUE BELLAAAA!!
¡YO LA QUIERO!!
ES IMPORTADA DE JAPON Y CUESTA $500
YO NO PAGARIA $500 PESOS POR ESO!
AMIGO, SI YO ESTUVIERA SALIENDO CON UNA MUJER CON ESAS PIERNAS, YO PAGARIA UN MILLON.
¡WOW! ¡NO TENIAS POR QUE COMPRARLA!
OH, CREEME QUE SI TENIA QUE HACERLO.
www.yennycomics.com
Conectate a: primera hora.com Y ENVIA TU YENNY CARD

Figura 5: Página de «Yenny» por David Álvarez.

surge la tirilla «Diplo» en el periódico *El Mundo*. El personaje de Diplo era basado en el comediante del mismo nombre. El mismo conta de tres o cuatro recuadros secuenciales que narran un chiste sencillo. El autor de la tirilla era Rafael Torregrosa, hermano del compañero de comedia de Diplo Joaquín Torregrosa. Esta tirilla duraría hasta la muerte de Diplo en 1956.

Otra tirilla basada en un personaje de comedia fue «Torito», inspirado en el personaje de José Miguel Agrelot. Esta tirilla, que comenzó en 1954, también apareció en *El Mundo* y su autor fue Énver Azizi, quien también trabajó en la tirilla «El ciclista Denia» de 1950 y «Márgaro el astronauta», ambas publicadas en *El Mundo*. Más tarde Azizi colecciona sus tirillas en un tomo llamado «Márgaro el recluta».

En la década del sesenta no había tirillas puertorriqueñas. Sin embargo, durante las décadas del cincuenta y sesenta aparecieron en *El Mundo* ilustraciones de un solo recuadro por Carmelo Filardi. Las mismas apoyaban el tema discutido en los editoriales del periódico.

La tirilla vuelve en la década del setenta con «Filito» de Lenoil. Filito, cuyo personaje principal era un niño, fue publicado en *El Nuevo Día*.

De igual manera en la década del ochenta apareció en *El Mundo* la tirilla «Pero pa'lante» de Harold Jessurun, quien es también el autor de la tirilla político-social «La página de Cheo», publicada en *El Vocero*. Tanto «Filito» como «Pero pa'lante» eran tirillas de comedia de temas sociales.

Al finalizar la década del ochenta y durante la del noventa surge una integración de las tirillas diarias (que hasta ese momento eran publicadas en blanco

»Déjenme contarles (en otras palabras, siéntense que esto va para largo): *La Democracia* no publicaba los lunes, así que las noticias que sucedían el domingo se presentaban en la edición del martes. Por lo tanto, ese primer martes en que se publicó la tirilla de Palacios, le tocó compartir la primera plana con una nefasta noticia que había ocurrido ese domingo de ramos: la masacre de Ponce.

»En "Compay Juancho" se presentaba, a manera de odisea, la trasmigración del campesino puertorriqueño a la ciudad, por encontrarse expropiado de su casa. La tirilla va mezclando lo jocoso con lo serio, dando todo un panorama de la realidad político-social y económica del momento (incluso, en un momento dado menciona al entonces gobernador Blanton Winship, uno de los implicados en la masacre de Ponce)».

A mediados de la década del cuarenta

y negro) con las tirillas dominicales en colores. Se destacan en este periodo las siguientes tirillas:

«El profe» de Vicente Avilés, publicado en las tirillas diarias de *El Nuevo Día* desde 1986 hasta 1999. La tirilla humorística cuenta las aventuras de un científico y sus inventos problemáticos.

«Yenny» de David Álvarez, comienza en tirillas diarias de *Primera Hora* en 1988, bajo el nombre «Zacha y Anyelín». «Yenny» trata de una modelo puertorriqueña que tiene pies muy grandes.

«Turey el taíno» de Ricardo Álvarez Rivón, que relata las aventuras de un indio taíno que comienza en 1989. «Turey» era parte de la sección infantil «Mi pequeño día» y de las tirillas diarias en *El Nuevo Día*.

«Tuta y Tita» de Nadia Martín, sobre dos universitarias con personalidades muy distintas, y que trata temas sociales y de la mujer. Aparece en las tirillas diarias y los dominicales de *El Nuevo Día*.

«Paladín el cacique y los campeadores boricuas» de Nick Iannone, comienza en los dominicales de *El Nuevo Día* desde 1992. Es el primer superhéroe puertorriqueño en tirilla.

«Tato y Kenepo» de Martín Gaudier, es una tirilla sobre un chango y un gato dirigida a los niños que comenzó en el 2000 hasta el 2008 en la sección infantil «Mi pequeño día" y de las tirillas diarias en *El Nuevo Día*.

«Italia 101» por José Hernández, de género alternativo, publicada los domingos en *El Nuevo Día*.

Actualmente DA (David Álvarez) Studios se dedica a la creación y producción de tirillas cómicas para periódicos locales. Los periódicos *El Nuevo Día* y *Primera Hora* publican «Yenny» (de David Álvarez), «Changuy» (de David Álvarez y Richard Cruz), «Loli Pops» (de Rangely García), «Kike Koki» (de David Álvarez), «Pepito» (de David Álvarez y Samuel Figueroa), y «Sharky» (de Héctor –Tico– Jiménez).

Internet y las nuevas tirillas *online* (*web comics*)

Con la integración de internet al mundo de los cómics los artistas obtienen una vía alterna al medio impreso para exponer y promover sus trabajos. Los creadores ahora mantienen un control mayor sobre el contenido de sus trabajos y sobre la accesibilidad inmediata a los mismos por los usuarios de la red. Entre las tirillas *on line* o *web comics* hechas en Puerto Rico se destacan las siguientes:

«De la nada» por Rangely García;

«Lázaro» y «Dr. Cajco» de Joel –Chiz– Vázquez;

«Soda pop comics» de Carla Rodriguez y Rosa Colón;

«Snarebang» y «El viaje astral de don Algaro» de Efraín Morales;

«Cheíto el lechero» de Nadia Martín.

«La picúa» por Miguel Ángel Sanjurjo;

«Couch Potatoes» de José Torres y Stephanie Rivera.

Todas estas tirillas están disponibles a través de la sección «Web comics» de www.paquines.com.

Los cómics puertorriqueños

En 1960 Ismael Rodríguez Báez, un ilustrador que dibujaba anuncios publicitarios y escenas de crímenes en periódicos, publica una serie de cómics educativos para el Visual Training Pro-

grams de Puerto Rico. Entre los mismos se encuentran una biografía ilustrada de Gautier Benítez; «¡Fuego!» y su secuela «Los peligros de ¡Fuego!», sobre prevención de incendios; el uso de guaguas de la AMA v Los Tokens; la historia del Banco Popular; y sobre las parcelas. Estos cómics eran en colores, de gran detalle artístico, e impresos en papel de periódico.

En la década del setenta el medio del cómic evoluciona más allá de propósitos de entretenimiento y los mismos son utilizados para fomentar ideales políticos. En el mundo surgen trabajos como «Apocalípticos e integrados» de Umberto Eco y «Para leer el Pato Donald» de Dorfman y Mattelart. En Puerto Rico en 1974 se crea la colección en blanco y negro *Los Muñequitos* del Taller Socialista. La misma estaba identificada con un cintillo con el personaje emblemático, Socialito, un niño con su puño en alto. También aparece el libro «Raíces boricuas» de César Santiago.

En 1984 surge la serie *Ventana* de Pepe Vázquez y Estudio Deya-Vu. El mismo es el primer cómic de superhéroes puertorriqueños, con portadas en colores e interiores en blanco y negro, y fue distribuido en las farmacias Moscoso, entre otras localidades.

La década del noventa se caracteriza por un incremento en la producción de cómics con productos tanto en español como en inglés. Debido al alto costo de impresión, los productos eran en blanco y negro con portadas en colores. Los personajes, en su mayoría superhéroes, muestran una marcada influencia de cómics norteamericanos combinada con elementos boricuas. Los creadores muestran una preocupación por lograr una distribución de los cómics más allá del mercado local. También se comienzan a crear estudios artísticos albergando varios creadores que comparten las labores de la creación del cómic (historia, lápices, tinta, letras, etc.). Es en esta década que varias tiendas de cómics abren sus puertas al público (Metro Comics en Guaynabo, Comics en Plaza las Américas, Exclusive Comics en la Hatorrey, David's Comics Clan, en Río Piedras, Visual Arts Book Store en Condado, JC Comics en Carolina, Berlin Comics en Caguas, Fantasy House en Mayaguez, Comics Dreams and More en Ponce): muchas de ellas apoyaban la escena loca de cómics al vender cómics locales. Además comienzan a crearse convenciones de cómics, como un medio para venta de los productos y de contacto entre artistas de cómics.

En 1992, Estudio Deya-Vu logra publicar el cómic *Voodo Ink*, una serie antológica de historias para adultos. La misma se logra distribuir en Estados Unidos a través de Diamond Comic Distributors.

Entre los muchos trabajos de la década se destacan los siguientes:

«Los súper defensores» de José Sánchez y Boricua Cómics (1992), sobre un grupo de superhéroes que protegen a Puerto Rico de las fuerzas del mal;

«Sato» (1993) de Martín Gaudier y Sato Cartoon Studios, una aventura sobre un hombre perro que pertenece a la fuerza de la policía y lucha contra los criminales;

«Changay» (luego «Changuy») (1994) de David Álvarez, David Martínez y Excelsior Studios, una comedia sobre un chango superhéroe;

«Parallel Zero» (1997) de Ángel Fuentes, Juan Carlos Velázquez y Covert Entertainment, sobre unos viajeros inter-dimensionales;

«Nightblaze» (1998) de Daniel Torres, Jeffery Contreras y Black Rose Comics, cómic con influencia del estilo japonés sobre una guerrera con una espada mágica;

«Picabu» (1998) de Miguel Ángel Sanjurjo, varios artistas e Insólito Cómics, una antología de historias satíricas.

La década actual del 2000 trae un progreso tanto creativo como tecnológico en la producción de los cómics locales. La evolución de programas de arte en computadoras facilita el proceso del dibujo y color de los cómics logrando aumentar su producción en colores. Por otro lado, internet se convierte en un medio vital para publicar trabajos, promoverlos y conectar con otros artistas no solo de Puerto Rico, sino de otras partes del mundo. Efraín Morales, creador del cómic «Algaro!» dice: «En lo que a promoción se refiere es una herramienta indispensable. Ahora también puede ser utilizado como una alternativa a imprimir para hacer llegar tu historia a un publico mucho más amplio, medir si tiene aceptación y luego decidir si vale la pena invertir en la impresión del paquín». Los foros de internet especializados en artistas locales surgieron a principios de esta década, con www.prcomix.com (luego Cómix Boricuas), fundada por Rafael Serra y Rigo Jiménez; y www.paquines.com, fundado por Carlos Torres y Emilio Torres. A través de estos foros los artistas y estudios de cómics han logrado informarse y organizarse mejor en cuanto a estrenos y actividades relacionadas a los cómics.

En este período los estudios de cómics han logrado definir sus identidades artísticas y enfocarse en géneros específicos dentro del cómic.

Efraín Morales describe la misión de su estudio Don Algaro de la siguiente manera: «Don Algaro salió con la idea de explorar otros temas que no solo sean de superhéroes o infantiles y crear historias fantásticas usando nuestra idiosincrasia boricua y muy particular».

Juan Lapaix define su estudio Dreamgrafixs: «En mi estudio el tipo de historia que se publica es una que les pudiera atraer a personas acostumbradas a una historia de ciencia ficción o del género del superhéroe. Aunque muchas de las historias datan de boricuas o en Puerto Rico, también tengo otras que datan de otros mundos o en otros países».

Rosa Colón describe a Soda Pop Comics: «El propósito de Soda Pop Comics es ser la voz femenina y alternativa a la comunidad de cómics que tiende a ser más masculina. Por eso nuestros cómics siempre tendrán una mujer como protagonista. Queremos fomentar a que más mujeres hagan cómics y que se sientan cómodas en exponer sus trabajos en las convenciones; por eso creamos Soda Pop Comics Anthology. También queremos inculcar que *girly* no es una mala palabra; nuestros productos son *cute* y *girly*, pero es arte también».

Ángel Fuentes habla sobre Razor Blade Apple Studios: «Razor Blade Apple Studios es un estudio abierto de artistas con el propósito de crear conceptos y propuestas que sean publicables y compitan en Estados Unidos. El estudio busca obtener el apoyo económico de casas publicadoras americanas».

Entre los cómics más importantes del período actual se encuentran:

«Tato y Kenepo» (2002) de Martín Gaudier y Sato Cartoon Studios. Cómic para niños distribuido en Borders, Vi-

deo Avenue, Walgreens, y en muchas escuelas de la isla.

«Cazadores esotéricos» (2003) de Juan Lapaix y Dreamgrafixs, aventura sobrenatural sobre cazadores de vampiros. El cómic incorpora un CD ROM interactivo.

«Zahira» (2004) por José Trinidad e Ink Stain Studios. Aventura al estilo japonés manga.

«Santa Cristal» (2005) de Ángel Fuentes y Pánico Films. Cómic de sátira social. Primer cómic basado en una película puertorriqueña.

«1898» (2005) de Manuel Otero, José Gutiérrez y Editorial El Antillano. Historia de intriga política que ocurre durante la ocupación norteamericana en Puerto Rico.

«Yenny» (2006) de David Álvarez y DA Studios, publicado por Alias en Estados Unidos.

«Algaro!» (2007) de Efraín Morales y Don Algaro. Antología de historias satíricas que incorporan la cultura puertorriqueña en los personajes e historias.

Artistas puertorriqueños en Estados Unidos

Muchos artistas puertorriqueños han representado a nuestro país ilustrando cómics o tirillas americanas. Entre los más destacados se encuentran los siguientes:

Rubén Moreira –bajo el seudónimo Rubimor– ilustró las tirillas «Tarzan» y «Prince Valiant» en las décadas del cuarenta y cincuenta. También ilustró los cómics de «Superman», «House of Mystery», «Wonder Woman», «Roy Raymond» y «Rip Hunter», entre otros.

George Pérez –puertorriqueño nacido en Estados Unidos– ha ilustrado casi todos los personajes famosos de Marvel y DC Comics desde finales de la década del setenta hasta el presente. Algunos de los cómics que ha ilustrado son: «Avengers», «Teen Titans», «Justice League» y «Legion of Super Heroes».

David Álvarez ilustró el cómic «Looney Tunes» para DC Comics en la segunda mitad de la década del noventa. También colaboró ilustrando una historia para un cómic benéfico para los afectados por los sucesos del 9/11.

Kenneth Rocafort recientemente firmó un contrato de exclusividad con la compañía Top Cow, con los que ha ilustrado los cómics «Hunter Killer» y «Madame Mirage».

Cabe también mencionar a Tom Beland, artista y escritor de cómics de Napa Valley, California, y residente en Puerto Rico. A través de sus cómics, Beland ha dado a conocer la cultura puertorriqueña a lectores norteamericanos con su trabajo en *True Stories*, «Swear to God», que relata la historia de su relación romántica con Lily García; y «Fantastic Four: Isla de la Muerte», cómic en el que los Cuatro Fantásticos visitan a Puerto Rico para enfrentarse con el Chupacabras.

Las entrevistas

Como parte de mi investigación para «Prohibido olvidar», realicé unas preentrevistas a diversos historietistas puertorriqueños que servirían como guía para el director y productores del programa. Envié una serie de preguntas a varios creadores de cómics y personas relacionadas al medio. A continuación, las respuestas recibidas de algunas de estas personas.

Efraín Morales

Cómics que produce: *Don Algaro*, «Jíbaro Samurai» (de Miguel Sanjurjo) y «Snarebang Arts».
Estudio:BA Artes Gráficas
Preparación académico-artística: Atlantic College y 12 años de experiencia en diseño y pre-prensa para revistas y libros.

¿De qué tratan tus cómics?

Don Algaro es una revista de antologías illustradas, autocontenidas de corte irreverente, humor negro y *underground*. «Jíbaro Samurai» es una historia donde se pretende parodiar los muñequitos japoneses de samurai. «Snarebang» es un proyecto personal de cómics en la web.

¿Qué te inspiró a entrar al mundo de los cómics?

Me inspiró el arte, los colores chocantes, chillones y lo fantástico.

¿Qué particularidad te atrajo del medio de los cómics en vez de otras formas de expresión (novelas, cine, televisión, animación, etc.)?

Lo manual y la belleza de relatar una historia usando dibujos. Mientras dure la tinta se puede elaborar y construir personajes o un lugar sin límite de presupuesto como en la televisión o el cine. Aunque me gusta leer siempre he creído que una imagen habla más que mil palabras y para mí siempre ha sido mucho más fácil describir una emoción o evento con un dibujo.

¿Cuál es el propósito o misión de tu estudio de cómics?

Don Algaro salió con la idea de explorar otros temas que no solo sean de superhéroes o infantiles y crear historias fantásticas usando nuestra idiosincrasia boricua y muy particular.

¿Qué opciones tienes para promover tu cómic? ¿Cómo se consigue?

Internet es una herramienta indispensable para promover y ofrecer la revista. Programas de televisión como este también ayudan porque de otra forma anunciarse en televisión sería imposible por el costo.

La revista se consigue en Metro Comics. La señora Cristina, dueña del local, es una persona que siempre nos ha dado la mano a todos los creadores de cómics locales. También se puede conseguir la revista en convenciones dedi-

Figura 6: Portada de *Don Algaro*.

cadas al género de ciencia ficción, animé y cómics o en uno u otro pulguero.

¿Qué dificultades has encontrado para producir y/o distribuir tu cómic?

Nunca he tenido problemas en la producción de los paquines, conozco el formato del paquín y conozco los métodos de impresión, lo que hace más fácil la comunicación con la imprenta. Tampoco tengo problemas con la distribución ya que la revista *Algaro!* es una de corte *underground* y de tiradas cortas.

¿Cuál fue el primer cómic puertorriqueño que leíste? ¿Dónde lo conseguiste?

Mi primera experiencia con un cómic local fue *Ventanas* del artista Pepe Vázquez. Recuerdo que la compré en la que era la Farmacia Moscoso frente a la plaza de recreo en Río Piedras.

Describe tu percepción sobre la evolución de la escena de los cómics.

Muy lenta o nula en lo que a mercado se refiere y poca aceptación como medio comunicativo con méritos propios como lo es la literatura, teatro, cine y televisión, pero sí ha avanzado en la calidad del arte.

¿Cuán receptivo encuentras al público de Puerto Rico a los cómics boricuas?

No podría generalizar, desconozco cómo le va a otros creadores locales y cuál es su recepción en el mercado porque la mayoría son muy reservados. En el caso de *Don Algaro* la recepción ha sido buena y con buenos comentarios;

Figura 7: Jíbaro samurai.

el problema con los paquines de *Don Algaro* es uno simple: o los amas o los odias no hay términos medios en *Don Algaro*.

¿Crees que los cómics puertorriqueños compitan con los americanos?

Otra vez no podría generalizar. En mi opinión y en el caso de los paquines de *Don Algaro* son animales muy distintos. Obviamente ambos comparten las mismas herramientas narrativas y existe una influencia muy fuerte del cómic norteamericano. En lo que sí podría haber competencia es en el aspecto de «hacer espacio», que el lector local acepte que hay un cómic local que no pretende ser igual al norteamericano, que merece ser leído y aceptado por méritos propios y no basado en los mismos paradigmas.

¿Qué anécdota puedes ofrecer sobre cómo tu cómic ha impactado a la gente?

Ir a una convención y ver personas disfrazadas o haciendo *cosplay* de «Jíbaro Samurai» y de «Dr. Cajco», dos personajes de paquines de *Don Algaro*, fue algo muy especial porque salió de estas personas hacerlo.

¿Qué son las convenciones de cómics? ¿Cómo contribuyen a promover los cómics?

Hay que aclarar que las convenciones locales son dedicadas al género de ciencia ficción, animé, *cosplay*, coleccionables y, por último, cómics. Obviamente es un espacio importante y el hecho que no solo sea de cómics no impide que sea una herramienta de venta y promoción para los creadores locales, además de que podemos ver directamente la reacción hacia el producto. Se reciben críticas (buenas y malas), hacer ajustes y cambios si son posibles.

¿Cómo crees que internet haya impactado a la escena de los cómics del patio?

En lo que a promoción se refiere es una herramienta indispensable. Ahora también puede ser utilizado como una alternativa a imprimir para hacer llegar tu historia a un público mucho más amplio, medir si tiene aceptación y luego decidir si vale la pena invertir en la impresión del paquín. Otro aspecto es que no todo el mundo puede hacer un paquín, exponerse al público y recibir una critica frontal o *cara a cara* e internet provee el *comfort-zone* de poder recibir una crítica mala o buena en la privacidad de tu hogar.

¿Qué crees que se pudiera hacer para que la gente conozca más sobre los cómics que se producen en la isla?

Creo que cada creador local ha hecho lo posible por promover sus paquines. Hay creadores locales que tienen publicados sus trabajos en los diferentes periódicos del país, hay artistas puertorriqueños que trabajan en publicadoras en el extranjero, se han hecho muchas entrevistas y se ha dado el espacio, que no ha sido mucho pero se agradece. Ahora solo falta que el público nos dé la oportunidad de ver esto mucho más allá de «dibujitos para nenes» y le den el espacio que se merece el medio del arte secuencial. En un aparte, quiero añadir que Puerto Rico tiene la desventaja de no poseer una escuela acreditada dedicada exclusivamente al arte secuencial y que vaya más allá de un curso o taller. En Estados Unidos, Latinoamérica, Europa y Asia nos aventajan por mucho en este aspecto.

Juan Lapaix

Cómics que produce: «Demonio», «Faires», «Cazadores esotéricos», «Deadgods».
Estudio: Dreamgrafixs.
Preparación académico-artística: Escuela de Artes Plásticas.

¿De qué tratan tus cómics?

«Demonio». Trata de un paciente en un hospital mental, al cual se le hacen unos experimentos volviéndolo un superhumano, pero esto le rompe la mente llevándolo a la locura. Ahora alucinado adopta la identidad de un demonio que les sirve a los ángeles para pelear contra el crimen y las fuerzas del mal.

«Faires». Laura es una joven que odia ser normal y Arual, princesa de las hadas, daría lo que fuera por ser humana. Sus deseos se hacen realidad cuando sus cuerpos son intercambiados, pero sus almas permanecen en sus mundos de origen.

«Cazadores esotéricos». Un muchacho llamado Cristo y su mejor amigo Geovanni son parte de una organización que data desde el descubrimiento de las Américas. Los cazadores esotéricos defienden a los humanos contra monstruos y otras criaturas.

«Deadgods». Herman es un mensajero en la ciudad de San Francisco, pero su mundo se pone de cabeza cuando su hermano es atacado. Poco después descubre que él es el dios griego Hermes. Ahora un chico ordinario tiene que balancear su vida entre su trabajo, su novia y su nueva divina familia.

¿Qué te inspiró a entrar al mundo de los cómics?

Desde muy joven siempre me interesaron las historias fantásticas, poco

Figura 8: Portada del no. 1 de *Faire*.

después aprendí a dibujar. Y eso me ayudó a darle forma a las cosas que imaginaba. Un tiempo después incorporé las dos y así comencé haciendo cómics.

¿Qué particularidad te atrajo del medio de los cómics en vez de otras formas de expresión (novelas, cine, televisión, animación, etc.)?

En este medio podía hacer las cosas que me imaginaba... era como hacer mi propia película o una novela gráfica. Cuando escribo, por lo general veo las imágenes así que en vez de solo escribir... las dibujo.

¿Cuál es el propósito o misión de tu estudio de cómics?

En mi estudio el tipo de historia que se publica es una que les pudiera atraer a personas acostumbradas a una historia de ciencia ficción o del género del superhéroe. Aunque muchas de las historias datan de boricuas o en Puerto Rico, también tengo otras que datan de otros mundos o en otros países.

¿Que opciones tienes para promover tu cómic? ¿Cómo se consigue?

Lo promuevo en internet, ya sea en páginas dedicadas al cómic *online* como www.drunkduck.com, pero el grueso del público se encuentra en las actividades y en las tiendas de cómics. Actualmente se consigue en la tienda de cómic de San Patricio Plaza, Metro Comics. Pregúntenle a Doña Cris y ella les dirá.

¿Qué dificultades has encontrado para producir y/o distribuir tu cómic?

Los precios de producción como también la calidad de las impresiones y la escasez de tiendas que vendan cómics.

¿Cuál fue el primer cómic puertorriqueño que leíste? ¿Dónde lo conseguiste?

«Changuy», en una tienda llamada Tony Jordan en Santurce. Casualidad. Yo compraba cómic en esa época, pero mayormente americanos; ese fue el primero que leí de Puerto Rico.

Describe tu percepción sobre la evolución de la escena de los cómics.

Definitivamente los adelantos en tecnología han ayudado. Los programas de computadora hoy en día garantizan la oportunidad de elevar el producto aunque sea de parte de aficionados a tener la misma calidad que los profesionales. Además los costos de impresión han bajado considerablemente. Esto le da paso a que más personas puedan desarrollar y publicar sus historias y no tengan que depender de grandes casas publicadoras para ver su proyecto impreso o en internet.

¿Cómo crees que internet haya impactado a la escena de los cómics del patio?

Internet ha borrado las fronteras entre culturas y países; así en los cómics ahora podemos *postear* algo allí y está a la vista del mundo. También la creación de lugares para *postear* cómics *online* ayudan a crear y promover a los artistas y que sean vistos por el mundo.

¿Qué crees que se pudiera hacer para que la gente conozca más sobre los cómics que se producen en la isla?

Promoción, programas como este. Y buscar formas para que se cuenten como un medio de lectura para repartición en escuelas o librerías.

Rosa Colón

Cómics que produce: «Zoe's Blues», «You Want Me, Speed Demon!», «$19.95», «Emma y Soda Pop Comics Anthology», una coleccion de historias por 5 muchachas que se rotan en cada edición. También hacemos unos mini mini cómics variados y *Huntress*, una serie nueva.
Estudio: Soda Pop Comics - Rosa Colón y Carla Rodríguez.
Preparación académico-artística: Bachillerato en Pintura y maestría en Diseño en Sequencia.

¿De qué tratan tus cómics?

«Zoe's Blues» es de una chica con superpoderes que quiere una vida normal e independizarse de sus padres.

«You Want Me, Speed Demon!» es el origen de Speed Demon, el villano de Zoe's Blues.

«$19.95» es de una niña que quiere comprar su primer cómic, pero la mamá le dice que los cómics son para niños.

«Emma» es de una chica que se encuentra un chico interesante.

«Huntress»: una familia misteriosa debe proteger el bosque.

¿Qué te inspiró a entrar al mundo de los cómics?

Los cómics siempre han sido parte de mi vida.

Antes de aprender a leer mis papás ya me habían comprado «Mafalda» y de ahí fue una progresión de cómics hasta el día de hoy. Siempre he dibujado y contado historias a través del dibujo; dibujar cómics es algo natural para mí.

¿Qué particularidad te atrajo del medio de los cómics en vez de otras formas de expresión (novelas, cine, televisión, animación, etc.)?

Los cómics son la manera más accesible para contar historias, si tú naturalmente te expresas a través de imágenes y no palabras.

¿Cuál es el propósito o misión de tu estudio de cómics?

El propósito de Soda Pop Comics es ser la voz femenina y alternativa a la comunidad de cómics que tiende a ser más masculina. Por eso nuestros cómics siempre tendrán una mujer como protagonista. Queremos fomentar a que más mujeres hagan cómics y que se sientan cómodas en exponer sus trabajos en las convenciones. Por eso creamos «Soda Pop Comics Anthology». También queremos inculcar que *girly* no es una mala palabra; nuestros productos son *cute* y *girly*, pero es arte también.

¿Qué opciones tienes para promover tu cómic? ¿Cómo se consigue?

Todo el marketing de Soda Pop está hecho para atraer personas que normalmente no atenderían a las convenciones y no compran cómics, pero también para informar a nuestros seguidores. Tratamos de participar mucho en actividades que no tengan que ver con la comunidad de cómics. Nuestro Myspace es el centro de todo, donde tenemos todo el *feedback* de nuestros seguidores y donde los mantenemos informados.

¿Qué dificultades has encontrado para producir y/o distribuir tu cómic?

Los únicos problemas que hemos en-

contrado es sacar el tiempo para producir un cómic de buena calidad. Ya que somos bien exigentes, muchos cómics se atrasan al no poder dedicarle el tiempo que se merecen. También se nos ha hecho difícil conseguir una buena imprenta, ya que nos gusta que nuestros cómics sean en colores.

¿Cuál fue el primer cómic puertorriqueño que leíste? ¿Dónde lo conseguiste?

Los primeros cómics locales (que no aparecieran en ningún periódico) que leímos fueron los de «Dreamgrafixs» y los conseguimos en la DCC en el YMCA.

Describe tu percepción sobre la evolución de la escena de los cómics.

Hemos estado vendiendo cómics ya dos años y aunque no puedo hablar mucho de cómo eran las cosas antes, he notado en este tiempo que las convenciones están evolucionando a actividades que entretienen. Ya no son experiencias secas donde los vendedores están a un lado y los compradores en otro. Se goza mucho. Esto tiene que ver mucho con la próxima pregunta.

¿Cuán receptivo encuentras al público de Puerto Rico a los cómics boricuas?

Muy receptivo. Si todavía mucha gente no conoce del mundo de los cómics en Puerto Rico, poco a poco las convenciones se han llenado de gente nueva que quiere ver lo que su país puede ofrecer. Hemos notado esta actitud en las otras actividades que no tienen que ver nada con la comunidad de cómics.

¿Crees que los cómics puertorriqueños compitan con los americanos?

Defino los cómics americanos como *mainstream*, independientes y *self-published*. Contra los *mainstream* nadie compite y eso a veces en bueno. Contra los independien-

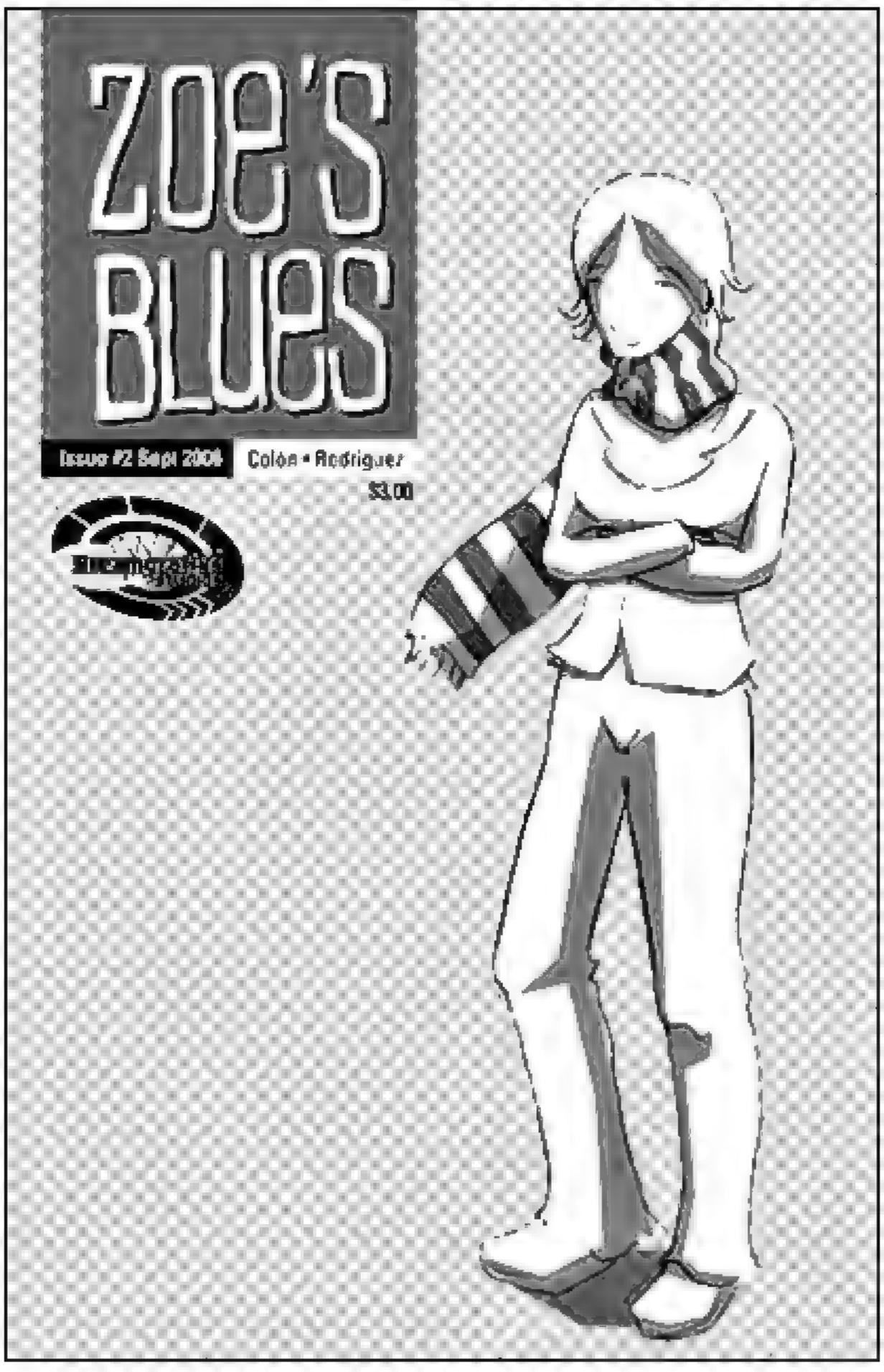


Figura 9: Portada de *Zoe's Blues* no. 2.

tes competimos un poco. Pero en *self-published* estamos equitativos con los de Estados Unidos.

¿Qué anécdota puedes ofrecer sobre cómo tu cómic ha impactado a la gente?

Tenemos varias y todas tienen que ver con lo emocionadas que las muchachas y muchachos vienen a la mesa conociéndonos de Myspace y de otras convenciones, o cuando realizan que nosotras hicimos los cómics (y que por extensión ellas los podrían hacer).

Figura 10: La primera página de «The Mermaid & Mr. Badman», historieta realizada en 2007 en ocasión del 24 Comic Book Day.

¿Qué son las convenciones de los cómics? ¿Cómo contribuyen a promover los cómics?

Las convenciones son reuniones de *geeks* donde pueden vender y comprar artículos. Usualmente son de manga, anime, *sci-fi* y demás. También se incluyen los cómics locales. Las convenciones son el lugar principal donde la gente puede comprarlos y, más importante, pueden interactuar con los creadores.

¿Cómo crees que internet haya impactado a la escena de cómics del patio?

Internet nos ayuda a mantener a nuestros seguidores informados y nos ayuda a atraer lectores nuevos, gracias a que se pueden poner muestras gratis de los cómics para que todos los puedan leer.

¿Qué crees que se pudiera hacer para que la gente conozca más sobre los cómics que se producen en la isla?

1. Crear actividades que incluyan a más personas y que sean más accesibles a otros grupos de personas, no tan solo a los *geeks*.

2. Usar mejor los recursos de publicidad para que todos se enteren de las actividades.

3. Usar los recursos que los vendedores pueden aportar. Todos deberían trabajar para hacer que la actividad quede superbien.

4. Involucrar a las escuelas de arte y *high schools*.

David Álvarez

Cómics que produce: «Yenny»
Estudio: Dave Álvarez Studio (DA Studio).
Preparación académico-artística: Grado asociado en Artes Graficas y bachillerato en Comunicación Telerradial.

¿De qué tratan tus cómics?

Una chica de 22 años que sueña con ser modelo de pasarela. Ella es preciosa, claro, pero solo dos problemas se lo impiden; ¡Sus enormes pies! Mientras tanto vive su vida diaria en Villa Los Kubos, un vecindario de casas modestas cerca de la playa con su madre, una lagartija bocona y muchos vecinos no muy normales que digamos.

¿Qué te inspiró a entrar al mundo de los cómics?

Siempre fui motivado por el mundo de la animación; pero los recursos económicos al momento no me permitían seguir esa carrera. Así que decidí seguir la línea del primo más cercano de los dibujos animados: los cómics.

¿Qué particularidad te atrajo del medio de los cómics en vez de otras formas de expresión (novelas, cine, televisión, animación, etc.)?

La intimidad del mismo. El resultado final es producto de la imaginación personal y no de un colectivo.

¿Cuál es el propósito o misión de tu estudio de cómics?

DA Studio es un estudio cuya visión está dirigida a crear personajes que perduren de generación en generación utilizando tanto el medio de los cómics como otros medios que así ayuden al propósito. El mismo promete sostener una calidad visual e interpretativa alta exponiendo y mercadeando cómics y series que sean supervisados por sus creadores.

¿Que opciones tienes para promover tu cómic? ¿Cómo se consigue?

Actualmente «Yenny» es publicado diariamente por el periódico *Primera Hora*, lo que garantiza una presencia activa constante.

¿Qué dificultades has encontrado para producir y/o distribuir tu cómic?

Los costos de imprenta son el proble-

MAN... WHAT A BOOTH TEACHER THAT GUY IS...
HOW BOOTH CAN A PERSON BE?
BOOTH ENOUGH NOT TO NOTICE HE'S BEEN GONE THE CLASS 25 MINUTES AGO.

Figura 11: Una tira de «Yenny»

ma mayor para cualquier publicador independiente aunque, irónicamente, con la llegada de cadenas de librerías como Borders ha aumentado el flujo de distribuidores, lo que da un giro positivo a la distribución.

¿Cuál fue el primer cómic puertorriqueño que leíste? ¿Dónde lo conseguiste?

«El profe», en el periódico *El Nuevo Día*. Tuve la dicha eventualmente de que el señor Vicente Avilés se convirtiera en un maestro de arte para mí y un ejemplo para seguir.

Describe tu percepción sobre la evolución de la escena de los cómics.

Inicialmente este medio comenzó confuso en términos de que todos tenían mucha influencia de los cómics que provenían de Estados Unidos. Esto pasó en la década del noventa. Una vez comienza la del 2000 se empieza a definir el medio creando títulos originales y más definidos.

¿Cuán receptivo encuentras al público de Puerto Rico a los cómics boricuas?

Hay muchas maneras y muchas reacciones. La más típica es el rechazo porque «es hecho aquí», lo cual lamentablemente ocurre con cualquier producto. Ayuda que el cómic tenga un personaje fuerte con el que se identifique el lector para convertirlo en un seguidor.

¿Crees que los cómics puertorriqueños compitan con los americanos?

Estos tienen su medio. Los europeos publican cómics y son muy exitosos en sus países y yo creo que nosotros tenemos otra cultura que fácilmente adopta sus propios títulos independientemente de su gusto por lo americano.

¿Qué anécdota puedes ofrecer sobre cómo tu cómic ha impactado a la gente?

Gracias a Dios «Yenny» se ha convertido en un personaje que la gente ha convertido en *real*. Los *emails*, cartas y dibujos van dirigidos a ella como si la chica tuviera vida propia. Me siento satisfecho por ese lado, ya que eso significa que sembré un granito de recuerdo en nuestra cultura.

¿Qué son las convenciones de cómics? ¿Cómo contribuyen a promover los cómics?

Reuniones de amantes del medio (como las de los *freaks* de los Accents, pero no en un *parking* público). Ayuda en términos promocionales bastante, ya que tienes contacto directo con los lectores.

¿Cómo crees que internet haya impactado a la escena de los cómics del patio?

Enormemente. Internet ha sido la salvadora de publicadores que por falta de recursos económicos no habían podido *publicar* sus creaciones. Internet es un medio masivo gigante que logra exponer este medio a través del mundo.

¿Qué crees que se pudiera hacer para que la gente conozca más sobre los cómics que se producen en la isla?

Si los medios de comunicación tomaran más en serio la labor que hacemos como publicadores y creadores tendrían mucho más que decir e informar al pueblo. Gran parte de la falta de aceptación es el desconocimiento general sobre los cómics. Si estos se preocuparan menos por cuál es la última dieta de Maripili o el más reciente cambio de *lipstick* de Linette Chico, tal vez estaríamos un poco más adelantados.

Ángel Fuentes

Cómics que produce:«RBA Presents», «Gunbreed».
Estudio: Razor Blade Apple Studios.
Preparación académico-artística: Maestría en Redacción de Guiones, 11 años de experiencia en libreto y publicación de cómics locales.

¿De qué tratan tus cómics?

«RBA Presents» es una antología de historias que presentan conceptos de fantasía y horror con el potencial de ser publicadas tanto en Estados Unidos como internacionalmente. «Gunbreed» es una historia que combina el horror, la comedia y el *western*, sobre un vaquero *zombie* en un pueblo fantasma.

¿Qué te inspiró a entrar al mundo de los cómics?

Es un medio versátil, que se presta a todo tipo de género y es totalmente visual.

¿Qué particularidad te atrajo del medio de los cómics en vez de otras formas de expresión (novelas, cine, televisión, animación, etc.)?

No tiene las restricciones creativas que el cine o la televisión presentan y es mucho más fácil de visualizar que una novela.

¿Cuál es el propósito o misión de tu estudio de cómics.

Razor Blade Apple Studios es un estudio abierto de artistas con el propósito de crear conceptos y propuestas que sean publicables y compitan en lEstados Unidos. El estudio busca obtener el apoyo económico de casas publicadoras americanas.

¿Qué opciones tienes para promover tu cómic? ¿Cómo se consigue?

Promovemos nuestros cómics en in-

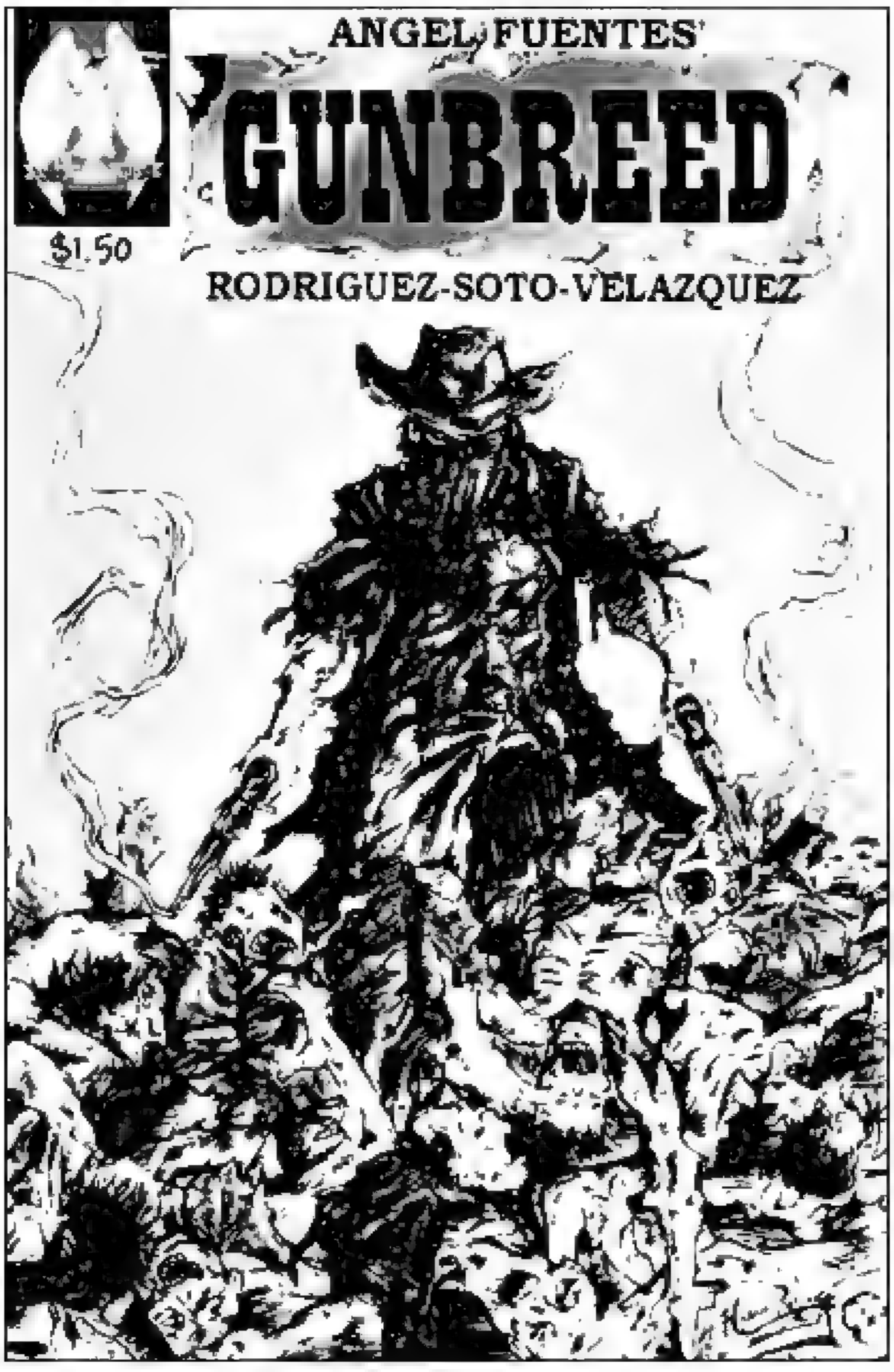


Figura 12: Portada de «Gunbreed».

ternet y en convenciones de cómics en Estados Unidos. Los mismos se consiguen en varias tiendas de cómics en Nueva York y Florida. En Puerto Rico se consiguen a través de Metro Cómics en San Patricio Plaza.

¿Qué dificultades has encontrado para producir y/o distribuir tu cómic?

Los costos de impresión, pago de artistas y pasajes para Estados Unidos son altos.

¿Cuál fue el primer cómic puertorriqueño que leíste? ¿Dónde lo conseguiste?

El primer cómic de Puerto Rico fue «Sato». Lo compré en David Comics Clan. Recuerdo que cuando lo conseguí el creador del cómic estaba en la tienda y lo analizamos completo.

Describe tu percepción sobre la evolución de la escena de los cómics.

Aunque la escena de los cómics ha mejorado muy favorablemente en esta década aún debemos buscar la manera de hacer llegar nuestros cómics al público que no conoce que nuestros productos existen.

¿Cuán receptivo encuentras al público de Puerto Rico a los cómics boricuas?

La gente que lee cómics usualmente tiende a buscar más. Es cuestión de que sepan que existimos.

¿Crees que los cómics puertorriqueños compitan con los americanos?

En parte sí, y en parte no. Creo que sí, por que los clientes de cómics americanos gastan todo su dinero en productos americanos y luego no pueden pagar por uno puertorriqueño, o no le dan prioridad. Sin embargo, creo que no, porque como generalmente presentamos cómics diferentes a los americanos, son un producto distinto que siempre despierta curiosidad.

¿Qué anécdota puedes ofrecer sobre cómo tu cómic ha impactado a la gente?

«RBA Presents» ha causado muy buena impresión en los circuitos de convenciones de cómics americanos y está poniendo el talento local en alto allá.

¿Qué son las convenciones de cómics? ¿Cómo contribuyen a promover los cómics?

Las convenciones de cómics son encuentros públicos de fanáticos de cómics, juguetes, videos, y *cosplays* en los que se nos permite promover y vender cómics locales a un público que no conoce su existencia.

¿Cómo crees que internet haya impactado a la escena de los cómics del patio?

A través de internet no solo podemos promover nuestros cómics, sino contactar y trabajar con artistas que no residen en la isla. Por ejemplo, Carlos Mangual, que hace las letras de mis cómics, vive en Tampa, Florida, y me trabaja desde allá.

¿Qué crees que se pudiera hacer para que la gente conozca más sobre los cómics que se producen en la isla?

Si tuviéramos algún tipo de apoyo económico para promover nuestros productos en medios televisivos y cine sería genial.

Carlos Torres

Carlos Torres es el fundador de paquines.com, un foro en internet donde creadores locales y fanáticos de cómics se encuentran. Además, Carlos es el organizador del evento Kaisen, una convención de cómics que se celebra tres veces al año.

¿Qué te motivó a entrar al mundo de los cómics?

Leo cómics desde muy chico, siempre me gustó leer y las historias en los cómics me entretenían más que la televisión.

¿Qué particularidad te atrae del medio de los cómics en vez de otras formas de expresión (novelas, cine, televisión, animación, etc.)?

Los cómics son lo mejor de los dos mundos, lo visual y lo narrativo. Son mas imaginativos que la televisión y el cine, y visualmente atractivos. Hay cómics de todos los géneros y para todos los gustos.

¿Lees cómics puertorriqueños? Explica por qué los lees o por qué no.

Sí, leo los de comedia especialmente, ya que entiendo que aportan algo que otros cómics de otros países no traen, que es el humor boricua.

¿Cómo te enteras cuándo llega un nuevo cómic puertorriqueño? ¿Cómo los consigues?

Me entero a través del foro de www.paquines.com o porque veo a los creadores en convenciones. Casi siempre los compro en las convenciones locales.

¿Cuál fue el primer cómic puertorriqueño que leíste? ¿Dónde lo conseguiste?

El primero se llamaba «Ventana» y lo compré en una tienda de revistas en Ponce.

Describe tu percepción sobre la evolución de la escena de los cómics.

Pues al principio estaba bien cruda, publicar un cómic era mucho más costoso y la calidad de los mismos muchas veces no era la mejor. Anunciar el cómic era algo fuera del alcance económico de la inmensa mayoría de los creadores. Además, la falta de recursos económicos dificultaba que salieran con re-

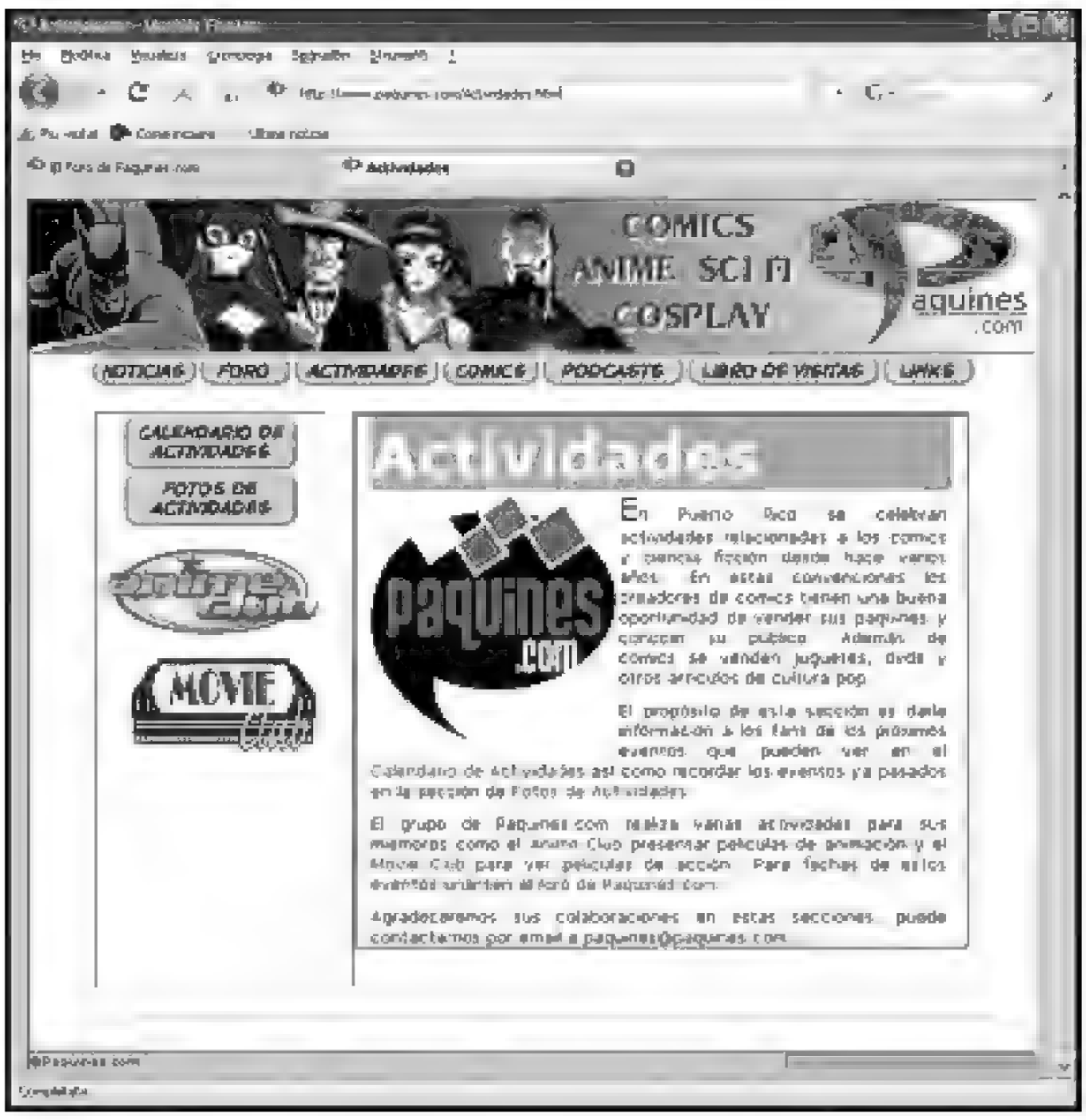


Figura 13: Una página de www.paquines.com.

gularidad, algo clave para mantener la atención del lector.

Ahora los costos de impresión han bajado comparativamente hablando e internet se ha convertido en una herramienta indispensable para darle publicidad a los cómics.

Todavía existen problemas. Es difícil para un creador que trabaja dedicarle el tiempo suficiente para crear su cómic. No hay casi tiendas de cómics en la isla. El costo de vida ha hecho que el dinero para entretenimiento se vea limitado y eso afecta a los cómics.

¿Cuán receptivo encuentras al público de Puerto Rico a los cómics boricuas?

Más receptivo que antes, pero hay mucho por recorrer. Creo que el público de Puerto Rico es bien exigente para todo y el problema de que los cómics boricuas tardan tres meses o más en salir es un gran problema. El lector de cómics es una criatura de hábito y si no tiene un producto con regularidad, no lo respalda.

¿Crees que los cómics puertorriqueños compitan con los americanos?

Claro que compiten. El problema que a veces veo es que hay creadores que lo que desean es hacer su propia versión de personajes ya establecidos y eso el público no lo respalda. ¿Para que comprar un cómic boricua de una imitación de «Batman», si puedo comprar «Batman» cada mes, en mejor papel y en colores? por decir un ejemplo.

Ese es un problema común en muchos creadores aquí y en Estados Unidos.

El otro problema es que al lector no le gusta esperar meses y meses por historias que pueden quedarse en el aire por falta de recursos para imprimir y mejor siguen con los cómics americanos que salen con más regularidad.

¿Qué anécdota puedes ofrecer sobre tu experiencia leyendo cómics puertorriqueños?

A mí me gustan, he conocido muchos de los creadores boricuas y sé del trabajo que pasan para crear.

¿Qué son las convenciones de los cómics? ¿Cómo contribuyen a promover los cómics?

Las convenciones son eventos donde los creadores locales venden directamente su producto a los clientes sin intermediarios. Son bien importantes ya que les brindan a los creadores un medio económico para ofrecer sus cómics al pueblo y conocer sus gustos y sugerencias.

¿Cómo crees que internet haya impactado a la escena de los cómics del patio?

Enormemente. Es la fuente principal de publicidad para los creadores. Permite la colaboración entre creadores distantes y hasta sustituye el papel para aquellos que desean crear *webcomics*.

¿Qué crees que se pudiera hacer para que la gente conozca más sobre los cómics que se producen en la isla?

Los creadores deben ser consistentes en producir cómics con regularidad.

No hacer imitaciones de personajes americanos.

Los medios deben reconocer que esto es un arte y que la mezcla de literatura con gráficas no convierte el material en cosa de niños.

Con el pueblo para el desarrollo sustentable de Vieques

Las tirillas de Vieques

Liliana Cotto Morales
Catedrática, Departamento de Ciencias Sociales, Universidad, San Juan, Puerto Rico

Resumen

El Proyecto Universitario de Divulgación de las Guías de Vieques, que consta de historias ilustradas, tirillas o caricaturas, es un ejemplo del compromiso con el desarrollo sustentable. Recoge una larga tradición organizativa latinoamericana de educación popular. Son instrumentos para divulgar las Guías para el desarrollo sustentable de Vieques producidas por el Grupo de Apoyo Técnico y Profesional para el desarrollo sustentable de Vieques (GATP) cuyo lema fue Protesta con Propuesta. Se produjeron en el archipiélago de Puerto Rico en el contexto de las protestas contra sesenta años de prácticas militares de la Marina de Estados Unidos en Vieques, isla/municipio puertorriqueño. El Proyecto significó un constante intercambio entre profesores, profesionales del GATP y estudiantes universitarios viequenses. Los temas incluidos son: participación ciudadana, vivienda, alternativas de desarrollo cultural/económico y organización democrática y liderazgo.

Abstract

The University Project for the Promotion of the Vieques Guidelines, consisting of cartoons or comics, is an example of a commitment with sustainable development. It is part of an organizational tradition of popular education in Latin America. They are instruments to inform the contents of the Guidelines for the Sustainable Development of Vieques produced by the Group of the Technical and Professional Support for the Sustainable Development of Vieques (GATP). Both were produced in the Puerto Rican archipelago in the context of the protests against sixty years of military practices by the United States' Navy in Vieques, the Island-Municipality of Puerto Rico. The Project meant a constant exchange between professors, GATP members and Vieques University students. The comics' subject themes are citizen participation, housing, economic / cultural alternatives for development, and democratic organization and leadership.

El desarrollo sustentable es un tema obligado en cualquier discusión sobre el desarrollo en este siglo. Sustentable se refiere a un desarrollo integrado que no afecta el ambiente, la calidad de vida de la gente, ni comprometa el futuro de las generaciones venideras. La lucha por la paz en Vieques hizo evidente la imprescindible necesidad de que el futuro de la Isla Nena fuera sustentable.

El proyecto cultural educativo de las historias ilustradas, tirillas o caricaturas que aquí presentamos fue un ejemplo de cómo esa convicción se hizo compromiso para los/las viequenses y cuál fue el proceso creativo para realizarlo.

El proyecto cultural educativo a que nos referimos es el Proyecto Universitario de Divulgación de las «Guías para el desarrollo sustentable de Vieques», cuyo origen y desarrollo documentamos aquí.

En junio de 1999, en los primeros meses después de la muerte del viequense David Sanes, causada por una bomba de la Marina de Guerra de Estados Unidos, algunas organizaciones comunitarias viequenses, comprometidas con lograr el fin de las prácticas de guerra y a la vez, preocupadas por el futuro de su municipio invitaron a universitarios y a otros profesionales a crear un grupo multi e interdisciplinario que fuera su asesor en los asuntos de desarrollo.

Los/las viequenses insistieron en que este asesoramiento técnico y profesional debía ser para lograr un desarrollo sustentable. Solicitaron además que el camino para lograr lo anterior fuera participativo, es decir que respondiera a una estrategia que incorporara al pueblo viequense en el diseño de las propuestas y en la deliberación sobre decisiones relativas a estas. Así se originó el Grupo de Apoyo Técnico y Profesional para el desarrollo sustentable de Vieques (GATP) bajo el lema «Protesta con propuesta».

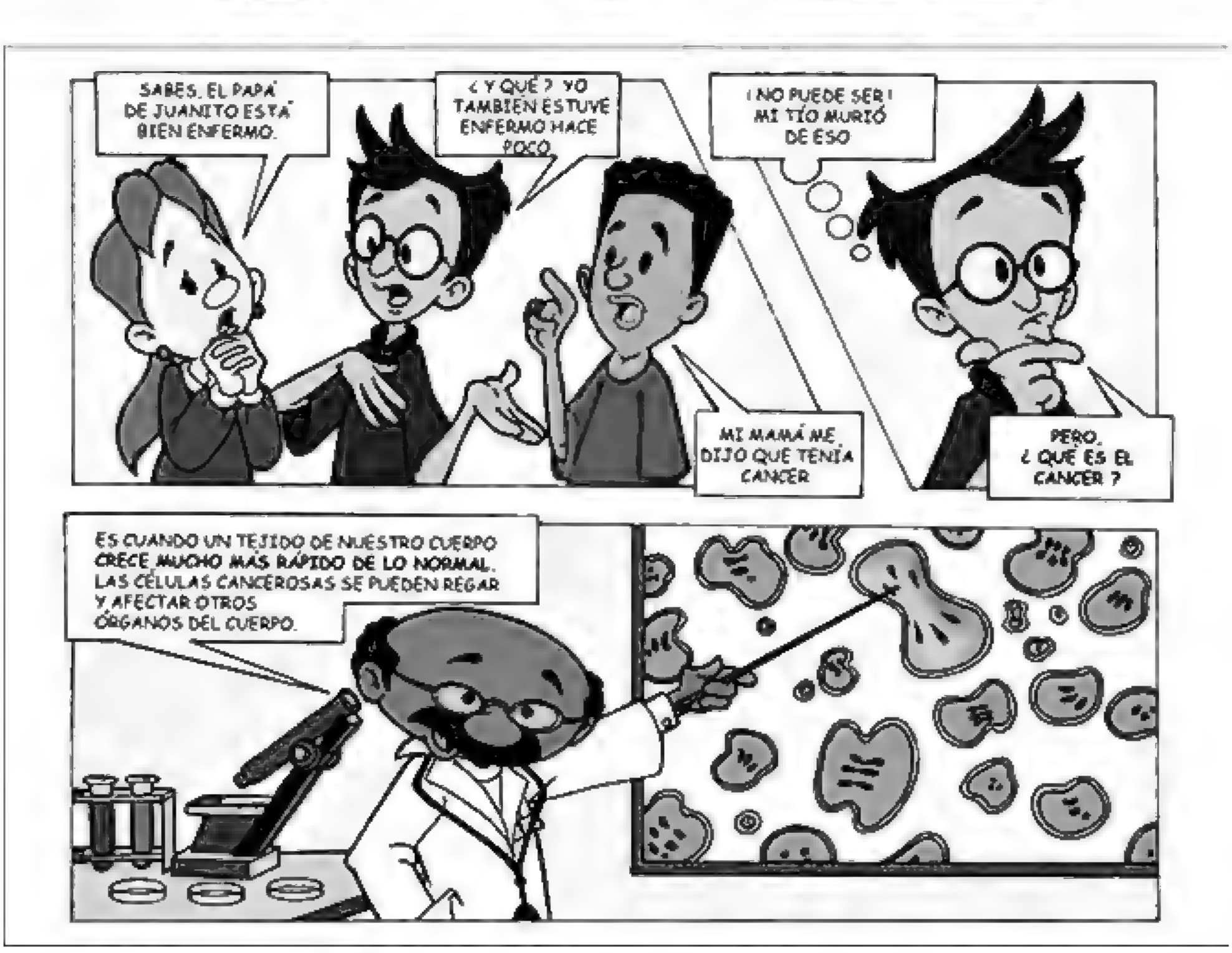
El GATP se organizó en Comisiones de Trabajo a partir de temas básicos para el desarrollo sustentable: salud, ambiente, educación, vivienda, desarrollo cultural y económico, entre otros. Un producto de este trabajo son la «Guías para el desarrollo sustentable de Vieques» –ideas o recomendaciones elaboradas en colaboración con sectores del pueblo viequense orientadas a lograr una estrategia sustentable de desarrollo.

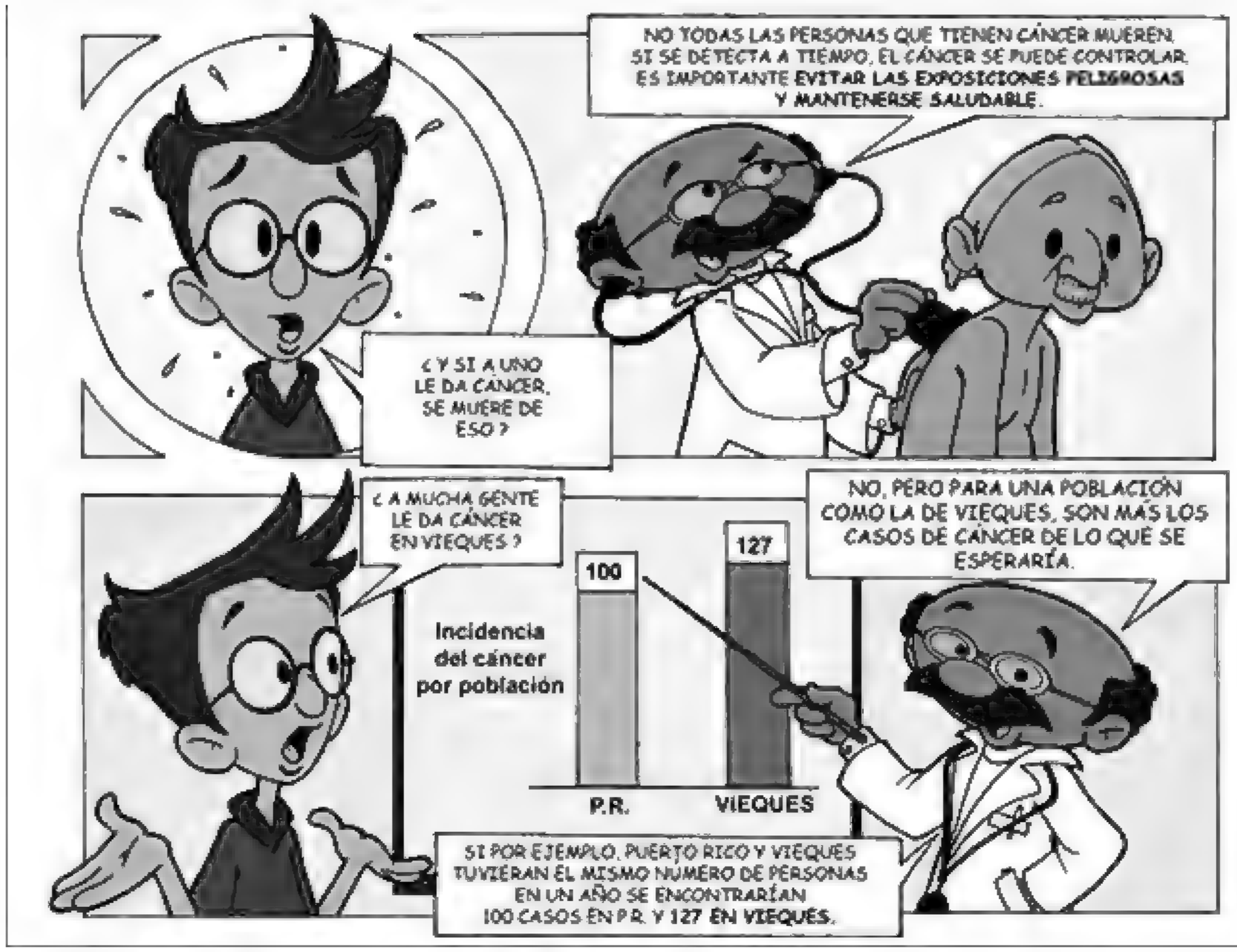
Para cumplir con la petición de los viequenses el GATP privilegió un proceso de trabajo participativo. Su Comisión Social/Cultural preparó talleres de participación, deliberación y grupos focales en siete comunidades de Vieques. Se recogieron, de forma sistemática, los pensares y el sentir de los participantes sobre el presente y el futuro de su isla municipio.

Ante el interés de que las propuestas recogidas en las «Guías» llegaran de forma sencilla y placentera a la propia gente que las generó se planteó la necesidad de preparar materiales con ese propósito. Así nació el Proyecto Universitario de Divulgación de las «Guías» con la ayuda de la Oficina del Presidente de la Universidad de Puerto Rico y otras instituciones privadas y re-

Arriba: las portadas de las cinco *tirillas de Vieques*. En las páginas siguientes el álbum dedicado a «Salud y paz para Vieques».

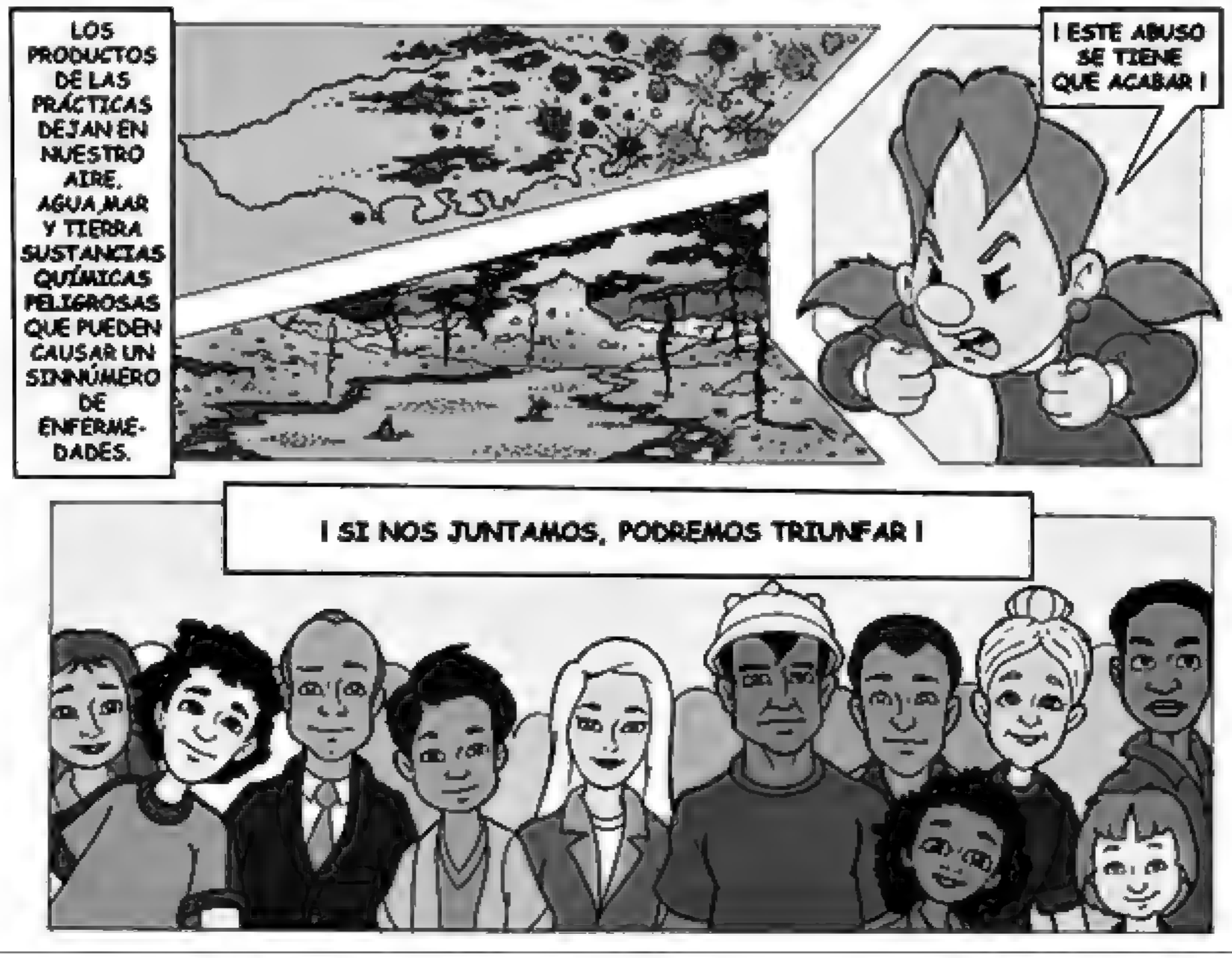
SALUD Y PAZ PARA VIEQUES


SABES, EL PAPÁ DE JUANITO ESTÁ BIEN ENFERMO.
¿Y QUÉ? YO TAMBIÉN ESTUVE ENFERMO HACE POCO
¡NO PUEDE SER! MI TÍO MURIÓ DE ESO
MI MAMÁ ME DIJO QUE TENÍA CÁNCER
PERO, ¿QUÉ ES EL CÁNCER?
ES CUANDO UN TEJIDO DE NUESTRO CUERPO CRECE MUCHO MÁS RÁPIDO DE LO NORMAL. LAS CÉLULAS CANCEROSAS SE PUEDEN REGAR Y AFECTAR OTROS ÓRGANOS DEL CUERPO.


NO TODAS LAS PERSONAS QUE TIENEN CÁNCER MUEREN. SI SE DETECTA A TIEMPO, EL CÁNCER SE PUEDE CONTROLAR. ES IMPORTANTE EVITAR LAS EXPOSICIONES PELIGROSAS Y MANTENERSE SALUDABLE.
¿Y SI A UNO LE DA CÁNCER, SE MUERE DE ESO?
¿A MUCHA GENTE LE DA CÁNCER EN VIEQUES?
NO, PERO PARA UNA POBLACIÓN COMO LA DE VIEQUES, SON MÁS LOS CASOS DE CÁNCER DE LO QUE SE ESPERARÍA.
Incidencia del cáncer por población
100
127
P.R.
VIEQUES
SI POR EJEMPLO, PUERTO RICO Y VIEQUES TUVIERAN EL MISMO NÚMERO DE PERSONAS EN UN AÑO SE ENCONTRARÍAN 100 CASOS EN P.R. Y 127 EN VIEQUES.

PORQUE UNA DE LAS POSIBLES CAUSAS DEL CÁNCER ES LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL.
PARECE QUE ÉSTA ES MAYOR EN VIEQUES QUE EN PUERTO RICO.
¡EA RAYO! ¿Y POR QUÉ EN VIEQUES HAY MÁS CÁNCER QUE EN PUERTO RICO?
¿POR QUÉ NUESTRO AMBIENTE ESTÁ TAN CONTAMINADO?
DURANTE LOS ÚLTIMOS 60 AÑOS LAS PRÁCTICAS MILITARES DE LA MARINA, HAN CONTAMINADO NUESTRO AMBIENTE

Las tirillas de Vieques


LOS PRODUCTOS DE LAS PRÁCTICAS DEJAN EN NUESTRO AIRE, AGUA, MAR Y TIERRA SUSTANCIAS QUÍMICAS PELIGROSAS QUE PUEDEN CAUSAR UN SINNÚMERO DE ENFERME-DADES.
¡ESTE ABUSO SE TIENE QUE ACABAR!
¡SI NOS JUNTAMOS, PODREMOS TRIUNFAR!

¿Y CON ESO, SE ARREGLA TODO?
NO... TAMBIÉN DEBEMOS LOGRAR QUE SE MEJOREN LOS SERVICIOS DE SALUD.
¡NOSOTROS LO QUE NECESITAMOS ES CREAR UNA COALICIÓN DE SALUD!
COALICIÓN DE SALUD

¿QUÉ RAYO ES ESO?
COALICIÓN DE SALUD
CUANDO LA COMUNIDAD SE UNE PARA TRABAJAR POR EL BIENESTAR DE TODOS.
FÍJATE NANDO, ES ESTO....
" EN LA UNIÓN ESTÁ LA FUERZA "

Las tirillas de Vieques

ESPECIALISTAS EN SALUD....
ACCESO A SERVICIOS DE SALUD EFICIENTES....
ORIENTACIÓN SOBRE ENFERMEDADES.
ASÍ TENDREMOS...
PROGRAMAS DE PREVENCIÓN Y CONTROL DE ENFERMEDADES....

ESTÁ BUENO... ¿PERO QUIÉN TRABAJA ESO?
TODOS PODEMOS TRABAJAR...
YO SOY MAESTRA...
YO SOY PESCADOR...
YO SOY AMA DE CASA.
¡ESO ERA LO QUE HACÍA FALTA!

ligiosas de Puerto Rico y Estados Unidos. El proyecto estuvo a cargo de un entusiasta equipo de estudiantes viequenses, profesoras universitarias y otros profesionales bajo la dirección de la doctora Liliana Cotto Morales, socióloga urbana y profesora universitaria.

El proyecto consistió en preparar una colección de caricaturas sobre los temas que el GATP presentó en sus «Guías» con el fin de promover la discusión en las comunidades, las escuelas y las iglesias de Vieques y de todos los lugares solidarios con su futuro. Los cuadernos tratan sobre: participación ciudadana, alternativas de vivienda, salud y paz, alternativas sociales y organización democrática y liderato (http://unescopaz.uprrp.edu/documentos/tirillasind.html).

La preparación de los textos estuvo en manos de las estudiantes Eva Delmar Emeric, Xaymara Romero, Vicente Ballesteros e Iván Torres; con los profesores Edwin Quiles, Jorge Colón, Liliana Cotto y la joven trabajadora social comunitaria Waleska Rivera (GATP). Fueron revisados por las profesoras Ada Haiman y Brenda Alejandro.

Desde su inicio el proyecto privilegió el diálogo democrático, el análisis serio y la crítica constructiva. Eso fue así a partir del primer taller de periodismo popular dirigido por Amílcar Cintrón organizador comunitario que comunicó el espíritu del proceso educativo. El elemento conceptual de los cómics, tirillas o libros de caricaturas se revisó muchas veces por estudiantes, maestras, médicos, comerciantes, diferentes tipos de personas en Puerto Rico y Vieques.

A ese espíritu de trabajo se integraron los artistas gráficos Paco López y Carlos Bedoya, de Animación Boricua, quienes tuvieron a su cargo el arte y el emplanaje. Animación Boricua creó unos personajes llenos de vitalidad y colorido caribeño que representan al pueblo viequense y expresan la temática de las «Guías». De esta manera continuó el proceso de diseño, utilizando el diálogo, la evaluación y en muchas ocasiones, de aprendizaje colectivo, aprendiendo de las novatadas.

El Proyecto recoge una tradición organizativa muy latinoamericana de promover la concienciación y la organización por medio de la educación popular. Sin embargo, lo innovador en este caso es su proceso de preparación. Ha sido resultado de un constante intercambio entre profesores, profesionales miembros del GATP y los estudiantes universitarios viequenses. Al igual que el Proyecto Piloto de la Comisión Social/Cultural, las caricaturas se han trabajado en un proceso de discusión tanto en Puerto Rico como en Vieques.

Además del carácter dialéctico y democrático del proceso de preparación de los ejemplares estos representan una rica e interesante combinación interdisciplinaria de temas de planificación y de política con la caricatura como forma de arte popular profesional. Es decir que el proceso educativo de trasmitir los temas (salud, participación ciudadana, alternativas sociales, vivienda, democracia y economía) se acompaña del proceso cultural de la creación artística que integra medios y temas de forma diferente.

Tanto las autoras y los autores, así como los profesionales que componen el Grupo de Apoyo Técnico y Profesional para el Desarrollo Sustentable de Vieques (GATP) se comprometieron a

Guías para el desarrollo sustentable de Vieques

EXCERPTA

ÍNDICE

Introducción
Metodología
Breve historia del GATP
Breve cronología histórica de un pueblo en lucha por la paz y la justicia
Aspectos generales sobre el paisaje geográfico de la Isla de Vieques
Condición de los recursos naturales y sistemas ecológicos
Condición socioeconómica
Condición de la salud de la población
Recursos arqueológicos y culturales
Infraestructura construida
¿Cómo perciben los viequenses su situación?
Reponsabilidad de la Marina de Guerra de Estados Unidos y del Gobierno de Puerto Rico sobre la situación actual de la Isla de Vieques
Capítulo 10: Legislación aplicable
Recomendaciones de uso del territorio
Actividades económicas recomendadas
Guías para el desarrollo de viviendas
Guías y recomendaciones para el área de la salud
Desarrollo socio-cultural y participación ciudadana

de la **INTRODUCCIÓN**
por José E. Rivera Santana (coordinador GATP para el Desarrollo Sustentable de Vieques).

Para el mes de mayo de 1999, el Comité Pro Rescate y Desarrollo de Vieques (CPRDV) solicitó a un grupo de puertorriqueños –profesionales de diversas disciplinas– el auxilio para el diseño de propuestas de desarrollo socioeconómico para la isla municipio. El llamado fue lanzado a pocas semanas de ocurrido el bombardeo de un avión de la Marina de Guerra de Estados Unidos que cegó la vida del viequense David Sanes. Este hecho dio paso a lo que ha sido, sin duda, una de las páginas más intensa y extensa en la historia política puertorriqueña y particularmente en la lucha del pueblo de Vieques y de Puerto Rico por sacar a la armada estadounidense de la Isla Nena. [...].

Al llamado del Comité Pro Rescate y Desarrollo de Vieques se incorporaron otras organizaciones viequenses. Este llamado aglutinó a cerca de 45 profesionales: economistas, planificadores, sociólogos, abogados, químicos, biólogos, arquitectos, ingenieros, trabajadores sociales, entre otros. A los que se unieron también –inicialmente– instituciones como la Escuela de Asuntos Ambientales de la Universidad Metropolitana, la Escuela Graduada de Planificación de la Universidad de Puerto Rico y la Cooperativa de Seguros Múltiples. [...].

El primer paso fue establecer los parámetros principales de lo que sería el proyecto que el GATP asumiría como responsabilidad. Con ese propósito se definieron, en conjunto con el CPRDV, tres asuntos medulares: 1. Las propuestas para el desarrollo socioeconómico de Vieques quedarían recogidas en un documento que se llamaría Guías para el Desarrollo Sustentable de Vieques; 2. El marco conceptual de las Guías sería la sustentabilidad; 3. El proceso participativo caracterizaría la formulación del documento. [...].

La sustentabilidad se presenta como el marco conceptual idóneo para atender el reto inmenso que plantea aprovechar los atributos de un territorio que ha estado sometido, por seis décadas, a la destrucción ambiental y ecológica, y cuya población humana que en él habita no solo ha sufrido los resultados de la contaminación provocada por las actividades militares, sino que ha visto cercenadas sus posibilidades de desarrollo económico, social y cultural. El desarrollo sustentable, definido como aquel desarrollo que «satisface las necesidades presentes sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas» sugiere el enfoque que en general debe viabilizar el mayor disfrute para las presentes y futuras generaciones de viequenses. El proceso participativo es lo que distingue la autenticidad de un esfuerzo de planificación con profundo compromiso social, de otro hecho en escritorios u oficinas ajeno al sentir, análisis y pensamiento de quienes serán beneficiarios o afectados. Desde hace varios años viene ganando

fuerza lo que se ha llamado *la planificación participativa*. Se trata del diseño de procesos de participación que trasciende lo que hasta la fecha ha sido la práctica tradicional de planificar. En ese sentido, no se trata de la organización y celebración de vistas públicas –muy desprestigiadas en nuestro país– sino de algo mucho más abarcador y profundo. Es darle a las comunidades y a los ciudadanos las herramientas necesarias para apropiarse del proceso plenamente. En efecto, es una manera totalmente distinta de planificar.

de la **METODOLOGÍA**
por Liliana Cotto Morales (coordinadora GATP y Comisión Desarrollo Social/Cultural).

Como se ha indicado en la introducción, el presente documento consta de dos partes, a saber: Parte I, Diagnóstico y Parte II, Propuestas. Para la realización del mismo el GATP utilizó una estrategia triple: comisiones de trabajo, plenarias para discusiones integradoras y un proyecto de planificación participativa. Para este último se celebraron talleres participativos en algunos barrios de Vieques con la intención de recoger los sentires y pensares de los viequenses sobre sus problemas y las soluciones recomendadas. Las comisiones de trabajo creadas por el GATP tenían el propósito de hacer las investigaciones que sirvieran de base al diagnóstico y a las propuestas. Se organizaron comisiones dirigidas a trabajar las áreas de historia, geografía, recursos naturales, economía, salud, desarrollo socio cultural y procesos participativos, recursos arqueológicos, desarrollo de vivienda, la responsabilidad de la Marina y el Gobierno de Puerto Rico para con Vieques y, finalmente, la legislación aplicable al desarrollo sustentable de la Isla Nena. [...].

En junio del 2000 el Comité Pro Rescate y Desarrollo de Vieques convocó en este propio municipio a una reunión que precedió a la creación del GATP. A esta asistieron representantes del CPRDV, la Alianza de Mujeres, las iglesias, Dámaso Serrano, representando al PPD y algunos miembros de la recién creada organización Consenso Nacional Puertorriqueño. En la misma los viequenses establecieron las siguientes recomendaciones sobre la naturaleza del apoyo técnico deseado: 1. La coordinación y el control de cualquier apoyo técnico o político tendrían que estar en manos de organizaciones de base viequense, cuya trayectoria de trabajo fuera legítima y con autoridad moral en defensa del pueblo de Vieques. 2. El modelo de intervención debería seguir la visión y el compromiso expresados en los principios de participación ciudadana, autogestión comunitaria y desarrollo sustentable. Para sistematizar la respuesta a esta solicitud de participación la Comisión de desarrollo socio cultural y de procesos participativos elaboró la Propuesta para el proceso de Planificación Participativa para el Desarrollo Sustentable de Vieques. Dicha propuesta fue aprobada por el plenario del GATP. 3). La propuesta tuvo como lema: «La protesta con la propuesta», para destacar que si bien eran importantes las acciones para sacar la Marina de Vieques y rescatar los terrenos, también era importante planificar racionalmente el uso de dichos terrenos y de otros recursos. La estrategia iría dirigida a garantizar el desarrollo sustentable. [...]. La propuesta para un proceso de Planificación Participativa para el Desarrollo Sustentable de Vieques tuvo como objetivo presentar un esquema de trabajo que articulara la participación de diferentes sectores de la sociedad civil viequense en la elaboración y aprobación de las Guías de Desarrollo. [...]. Las características especiales del proceso propuesto se sintetizaron en lo siguiente: Debía ser una iniciativa de la sociedad civil; un ejercicio de democracia participativa; incluir un proceso de investigación/acción participativa; constituirse en un proceso educativo de la comunidad; utilizar métodos de consenso o concertación para la toma de decisiones y orientarse a la autogestión comunitaria y al desarrollo sustentable. [...].

La elaboración de guías de desarrollo con una estrategia participativa implicó un ejercicio de la sociedad civil que integró un proceso de educación y de investigación/acción democráticas y que es vital sistematizar participativamente. El modelo de investigación/acción se trata de un modelo cualitativo. Este tipo de diseño define estrategias que integran el rigor de la investigación con la incorporación de los/las participantes como sujetos y no como meros objetos de estudio. [...]. El presente trabajo de investigación se desarrolló en dos etapas. Durante la primera, que comprende los meses de octubre a diciembre de 1999, se elaboraron los fundamentos teóricos (conceptualización) de

la noción de protesta con propuesta. A partir de la conceptualización del trabajo se constituyó un equipo de investigación participativa compuesto por profesionales de diversa índole. Este grupo se autodefinió como el equipo de investigación participativa (EIP) y fue el responsable de conducir los talleres en diferentes sectores de Vieques y dar seguimiento a la incorporación de sus hallazgos en las Guías de desarrollo. [...]

Los Talleres de Participación se llevaron a cabo durante el período de enero a abril de 2000. Fueron celebrados un total de siete talleres con una asistencia de alrededor de 75 personas. [...]. En los Talleres de Participación se discutió en primer lugar el concepto de participación. Además se exploró la experiencia de los/las participantes con procesos de este tipo. Para este ejercicio se formularon una serie de preguntas tales como «¿Qué es participación?»; «¿Participación para qué?»; «¿Qué obstáculos o limitaciones han enfrentado para participar?»; «¿Cómo han superado estos obstáculos?»; «¿Qué recomendaciones surgieron?». [...]. De este compartir se recogió la percepción de los y las viequenses sobre sus problemas más apremiantes, las formas de resolverlos y cómo se visualiza cada persona en el proceso. Además se discutieron las nociones de Protesta (información sobre los campamentos, la desobediencia civil, etc.) y Propuesta (las cuatro Ds: Desmilitarización, Devolución de terrenos, Descontaminación del ambiente y Desarrollo sustentable) y las Guías. Por último, se identificó la disponibilidad de algunas personas para incorporarse a las actividades de la Protesta y/o de la Propuesta.

Se llevaron a cabo dos grupos focales. Para organizarlos se tomaron en cuenta las variables de género, edad y área de residencia. Su objetivo fue profundizar en las necesidades de la comunidad viequense y en las posibles soluciones a las mismas. Para poder realizar dicha actividad se adiestró en la técnica de grupos focales a un grupo de 10 estudiantes graduados de sicología. Los grupos fueron cofacilitados por dos personas con la asistencia de una relatora. [...].

En el proceso de los talleres de participación se identificó la necesidad de ofrecer a ciertos sectores un espacio para que pudieran analizar de manera más profunda sus problemas y elaborar estrategias y alternativas ante ellos. Con el objetivo de fortalecer la capacidad de la comunidad para conversar sobre asuntos de interés común a partir de diálogos estructurados, de tal manera que puedan utilizar la reflexión y diálogos como vehículos para buscar alternativas a los problemas, fueron realizados los talleres de deliberación, ofrecidos por la Corporación de Apoyo a Programas Educativos y Comunitarios (CAPEDCOM), a varias organizaciones de base viequenses. [...]

Los talleres auspiciados por la Comisión Socio Cultural impactaron a 11 sectores y organismos viequenses reconocidos, tales como grupos religiosos, Campamento Justicia y Paz, Juventud Unida Viequense y la Alianza de Mujeres Viequenses. Directamente se contactaron 154 residentes. Como se ha señalado los hallazgos fueron recogidos, organizados rigurosamente e incorporados al Capítulo 8 de la primera parte: Diagnóstico.

presentar los ejemplares en aquellas escuelas, iglesias o grupos comunitarios que quieran evaluarlos y discutirlos. Sus contenidos son también pertinentes al desarrollo de otros municipios en Puerto Rico. El concepto mismo de utilizar la caricatura puede servir de modelo para el trabajo educativo y organizativo de grupos dentro y fuera del país.

Este recurso es útil para que las organizaciones religiosas, gubernamentales y comunitarias exploren formas diferentes, creativas y entretenidas de capacitación. Las historias están digitalizadas y pueden usarse de diversas formas: dramatizarse, convertir en disco digital, incorporase a documentales, etc.

Los donativos recaudados en la distribución se convirtieron en un fondo semilla para proyectos de organización comunitaria y desarrollo sustentable en la Isla Nena.

AUTORES

Roberto Alfredo Fontanarrosa (el Negro)

Norberto Rodríguez Van Rousselt
Investigador e historietista, La Bañadera del Cómic, Buenos Aires, Argentina

Resumen

Roberto Fontanarrosa, el gran dibujante y escritor argentino, tuvo una trayectoria ininterrumpida en los medios gráficos argentinos y logró trascendencia internacional a través de uno de sus personajes, Boogie el aceitoso, parodia de espías y agentes secretos agregando a ello sus chistes (gag-panels) que recorrieron el mundo. Una vida prolífica signada por el afecto de lectores y colegas que llegó a su fin el 19 de julio de 2007.

Abstract

Roberto Fontanarrosa, the great Argentine writer and cartoonist, had an unbroken record in the Argentine print media and succeeded international concern through one of his characters, Boogie el aceitoso, parody of spies and secret agents by adding to it his "jokes" (gag -panels), which toured the world. A prolific life marked by the affection of readers and colleagues who came to its end on July 19, 2007.

Después de una niñez apacible y tranquila, sin nada sobresaliente que la hiciese distinta a la de cualquier otro niño de una ciudad de provincias, entró en la adolescencia.

Había nacido el 26 de septiembre de 1944 en Rosario, la ciudad más importante de la provincia de Santa Fe, en Argentina. Una ciudad de gran influencia italiana, tanto en su arquitectura como en la guía de teléfonos, según sus palabras.

Ese fue un momento crucial para él. Su padre quería que fuera al colegio industrial mientras que la madre, que habitualmente veía que dibujaba y seguía haciéndolo, dijo resignada: «Que haga lo que quiera».

Copiaba cotidianamente los dibujos de sus revistas preferidas: *Rayo Rojo*, *Misterix*, *Puño Fuerte* y *El Tony*, sobre todo a su admirado Hugo Pratt.

Fue al industrial. «Allí saldrás técnico en algo y siempre tendrás un trabajo esperándote»: tal la sentencia paterna.

A su vez inicia un curso de dibujo por correspondencia, el de los «12 famosos artistas» (Pratt era uno de ellos) en la Escuela Panamericana de Arte, cuna de muchísimos dibujantes argentinos todavía en actividad.

Su profundo desinterés por la matemática, la historia y otras materias provoca que deba repetir el tercer año secundario. Abandona la escuela.

Figura 1: Evolución de un personaje: Inodoro Pereira de 1974 hasta 1995.

De esta época escolar, aclaró que solo tenía un recuerdo feliz: la salida al mediodía los miércoles en que corría al kiosco y compraba *Hora Cero Semanal*, la famosa revista dirigida por Héctor G. Oesterheld.

En 1962, contando con dieciocho años, viaja a Buenos Aires para visitar la Editorial Columba. Allí, luego de una larga charla, le prometen el envío de un guión. Vuelve a Rosario, esperanzado. Vana espera para un trabajo que nunca llegó.

Después del desengaño entra a trabajar en la Agencia de Publicidad Roberto Reyna en su ciudad, donde realiza un trabajo convincente dentro de la empresa. Corre el año 1963.

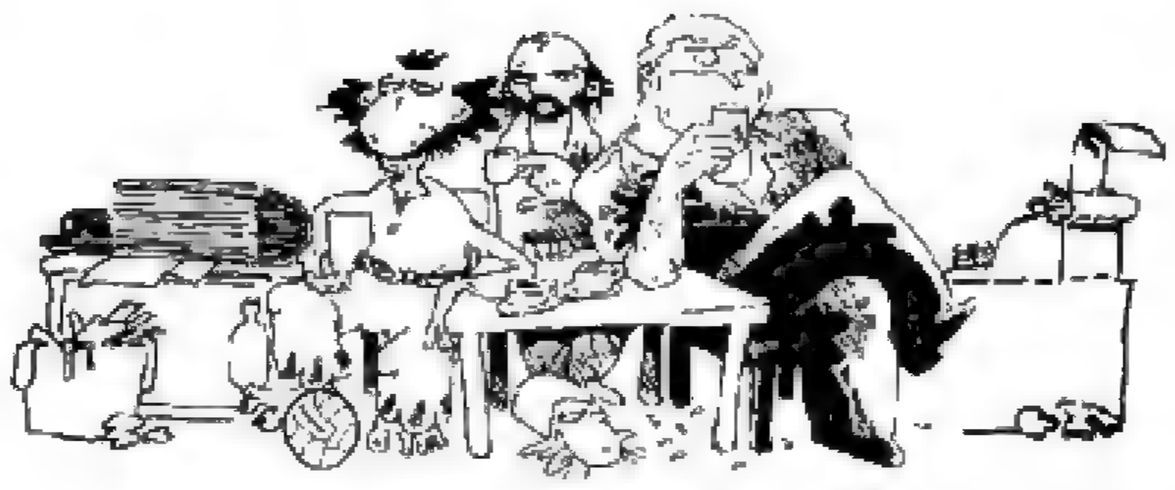
Siente que no es lo suyo.

El año del *mayo francés* y asesinato de Martin Luther King, 1968, espara Argentina el año de la dictadura del general Juan Carlos Onganía, un *iluminado* que quebró la inteligencia del país empezando por las universidades, espe-

El arte del Negro

Definir la labor de Fontanarrosa resulta accesible si se divide en gráfica y narrativa, aunque al hacerlo se halla la dificultad de que las dos vertientes se cruzan constantemente. Muy poco, casi inexistente, es su humor mudo. Siempre algún texto acompaña la escena representada. La imagen ilustra dicho texto. Es un escritor que dibuja sus reflexiones.

Comenzó dibujando y, como él mismo confesó, copiando historietas. Y de ellas prefirió las de Pratt. Pese al pulido de la línea y aún con el transcurso del tiempo puede notarse en los personajes (sobre todo en Boogie) esa mirada cejijunta característica del dibujante italiano.



Dos son las historietas base de su fama: el citado «Boogie» e «Inodoro Pereira, el renegao», una desopilante parodia del gaucho en que un elenco heterogéneo acompaña al personaje: el Mendieta, perro filósofo; la Eulogia, su mujer; una tribu de indios, los loros y gallinas habituales más una vaca coqueta y un chancho en esporádicas apariciones.

Este carácter, caricatura del gaucho haragán y conversador, que justifica con peregrinas excusas su ocio, perturbado a veces por problemas a los que halla la solución de la inacción, comenzó a publicarse en *Hortensia*, con un dibujo muy trabajado y humor todavía titubeante.

Poco a poco va adquiriendo coherencia y tras pasar por otras publicaciones recala en la página de un suplemento semanal del diario *Clarín* y es incluído de manera quincenal en el relanzamiento de la revista dominical de dicho medio: *Viva*. Allí se asienta definitivamente.

En 2004 ilustró el «Martín Fierro», cuyos dibujos sirvieron para una película de animación.

Inodoro y Boogie, más que exponentes del autor son representantes del humor argentino, socarrón, agresivo y a veces feroz.

En los últimos años el dibujo y la línea que lo contiene, se estilizan y depuran al máximo, también los rasgos caricaturescos.

En la faz narrativa, con una producción abundante que ha servido para varios espectáculos teatrales, el humor es más melancólico sin perder esencia. Varios son los libros con su prosa. Los personajes, sólidos a través de los diálogos, tienen carnadura reconocible.

Humilde, exclamará alguna vez: «mí se dirá posiblemente que soy un escritor cómico, a lo sumo. Y será cierto».

Figura 2: Evolución de un personaje: Boogie el aceitoso de 1974 hasta 1995.

cialmente la UBA, en ese momento faro de la investigación y la cultura en América Latina.

El dibujante publica su primer *chiste* gráfico: en ello muestra a un policía que observa su bastón manchado de rojo sangre y exclama: «No hay ninguna duda. Eran comunistas».

Jelou, mister Mc Coy, terminé mi labor. Le remitiré factura
Lamento decirle que hubo un error, Boogie. Mi secretaria anotó mal el nombre. A Gary no había que matarlo
AAG
Aguarde, Mc Coy. Creo que Gary está vivo. Lo escucho quejarse
A veces, quisiera rescatar ciertos juegos de niño
spit
Oh, cielos... Ya me los imagino... Agresiones, incendios, roturas de vidrios
Nada de eso. Jamás lastimé a persona alguna en mi infancia

Figuras 3 y **4:** Una tira del primer (arriba) y del último (abajo) episodio de «Boogie el aceitoso»

De esa época y refiriéndose a la *noche de los bastones largos*, Mafalda opina: «Es el palito de abollar ideologías».

En ese mismo año el Negro ilustra la cubierta de la revista rosarina *Boom* e inicia allí una página de humor.

Rosario Central, equipo de fútbol de sus amores, sale campeón por primera vez en 1971 y escribe un cuento homenaje: «19 de septiembre de 1971» que luego es incluido en el libro «Nada del otro mundo», publicado por De la Flor en 1988.

En pleno auge de la era James Bond crea una parodia, antecedente de «Boogie el aceitoso», en setenta y cinco páginas, editada en otra revista rosarina, *Tinta*, que sale a cargo de Pergament y Sergio Kern.

Con estilógrafo, aparece también «Tadea y sus hijos», otro grotesco *a la italiana* sobre una familia terrible, llena de gritos y peleas.

Alberto Cognigni, famoso *bon vivant* del Cerro de las Rosas, aristocrático barrio de Córdoba, ciudad capital de la misma provincia, lanza al mercado *Hortensia*, que pronto edita 100 000 ejemplares, y como principales colaboradores la integran Crist, Brócoli, Lolo Amengual, Ian y Fontanarrosa, copiando descaramente a... Hugo Pratt enclave de humor.

Allí se inauguran «Inodoro Pereira» y «Boogie». Es el año 1972 y a fines del mismo se pone en venta la rupturista *Satiricón*, donde publica historias basadas en cuentos de Borges, películas y *best sellers*.

Es su momento de acceso a la fama, tiene veintiocho años y De la Flor edita «¿Quién es Fontanarrosa?», un álbum de recopilaciones.

Al año siguiente *Clarín* «el gran diario argentino» (eslogan que siempre lo acompaña) inaugura la página que lo distingue en el mercado y que acostumbró a leer la publicación desde atrás. Allí colaboran Viuti, Crist, Tabaré, Altuna, Trillo, Guinsburg, Abrevaya, Ian, Dobal y Fontanarrosa.

Esta página se hizo famosa rápidamente y con accidentales y pocos cam-

bios hasta el día de hoy se mantiene como sello editorial.

El periódico tiene un suplemento semanal los días miércoles. Ahí mismo se alternan semana por medio «El negro blanco» (C. Trillo y E. García Seijas) e «Inodoro Pereira, el renegao» años más tarde.

Mengano es una publicación semanal que aparece en 1974 y donde el Negro colabora incorporando a «Inodoro», después de la salida de *Hortensia* y ya con su estructura definitiva.

Dos publicaciones circunstanciales salen: *Chaupinela* y *La Cebra a Lunares*, donde es convocado.

Es un tiempo arduo, está en cuatro medios a la vez y alcanza con su humor a todos los sectores.

Mientras sigue desplegando casi en silencio la faceta literaria. Ediciones De la Flor publica ese año la primera recopilación de sus personajes: «Inodoro y Boogie».

Sigue con sus chistes diarios en *Clarín*. Años más tarde confesó que en algún momento pensó en irse del país y decidió no hacerlo por cuestiones idiosincráticas del humor y el tiempo que llevaría comprenderlo en el destino que eligiese.

La antigua revista dominical de *Clarín* es rediseñada y sale con el nombre *Viva*. Lo incorporan a la misma. Una página humorística una semana e «Inodoro» en la otra.

Volviendo a la cronología, «Boogie» ingresa a *Humo*®, quincenal en ese momento de 1979. Es un personaje que no produce víctimas pero provoca temor. Se publica también en el semanario *La Maga* y lo introduce en México y Colombia.

Manifiesta en un reportaje que ha recibido muchas críticas en contra pero que le asusta que lo feliciten los que aprueban que el personaje castigue a negros y mujeres. Por lo visto, la ironía no es el fuerte de tales lectores.

Cuando al año siguiente Les Luthiers, el famoso y humorístico grupo musical, presenta su espectáculo «Mastropiero que nunca» en Rosario, se conocen con el dibujante y este comienza a trabajar en los guiones.

La primera novela, «Best seller», se la publica Editorial Pomaire en 1981 y prosigue la relación el siguiente año con la secuela «El área 18».

Aquí el escritor se vuelve imparable. Ediciones De la Flor sale en 1982 con su primer libro de cuentos: «El mundo ha vivido equivocado», al que siguen «No sé si he sido claro», «Nada del otro mundo», «Uno nunca sabe», «El mayor de mis defectos» y «La Mesa de los Ga-

Figura 5: Sperman.

lanes», libros que como reza el refrán popular «se venden como el pan».

Cuando en 1984 sale *Fierro* al mercado, algo cambia en la historieta. La empresa tenía un antecedente: *El Péndulo*. Pero el nuevo título va más allá. Si Ediciones de la Urraca, con su revista insignia *Humo*® y *Superhumo*® llega a la desfachatez y la burla contra la dictadura militar, *Fierro* ya está fuera de ese período y se adhiere al *destape* y la aventura.

Fontanarrosa cumple el sueño de la historieta deportiva hilarante: «Semblanzas deportivas» y llega al sexo con un superhéroe casi escatológico: Sperman, un dador de semen acompañado por una mascota que simplemente es un espermatozoide gigante que dialoga con él.

«Best seller» es un verdadero *best seller* con éxito en las ventas y es redi-tado por De la Flor junto con «El área 18» en 1985. Ese año y con el mismo sello aparece otra novela: «La gansada».

Viene otro año *mundialista*: el 1994. *Clarín* lo contrata como comentarista de la «Selección nacional» y lo envía a Estados Unidos. El *comentarista* es la Hermana Rosa, mentalista que predice los resultados.

Le es entregado el Premio Konex, prestigioso premio a distintas actividades de relevancia.

«La mesa de los Galanes», una serie de cuentos desopilantes que sale en 1995, lo hace cuando el ya mítico café El Cairo había sido cerrado y el grupo de amigos se había instalado en otro, La Sede. El Cairo se hallaba en la esquina de Santa Fe y Sarmiento de Rosario. Era casi el equivalente de la Confitería La Paz de Buenos Aires. Bohemios, artistas, intelectuales, plásticos y actores poblaban las mesas. La de *los Galanes* rompía el molde. Eran cerca de veinte habituales que hablaban de la nada y la intrascendencia con mucho humor. Se mudó al otro café en la década del noventa.

Los momentos de gloria terminan en el 2003. Le diagnostican ELA (esclerosis lateral amiotrófica) enfermedad horrible y terminal. No se entrega tampoco. Sigue trabajando como puede y dando ejemplo de ganas de vivir. Queda recluido en una silla de ruedas y el 20 de noviembre de 2004 participa del III Congreso de la Lengua Española, donde dio su famosa charla «Sobre las malas palabras», festejada en el mundo hispanohablante.

Comienzan los homenajes. El 26 de abril de 2006 el Senado de la Nación le hace entrega de la Mención de Honor Domingo Faustino Sarmiento que reconoce su vasta trayectoria y aportes a la cultura argentina.

Anuncia (18 de enero de 2007) que deja de dibujar debido a su mal pero aclara que continuará escribiendo los guiones para los dibujantes que lo suplanten.

A los 62 años, el 19 de julio de 2007, víctima de un paro cardiorespiratorio, fallece. Una hora antes había ingresado en un hospital.

Estuvo casado treinta años, tuvo un hijo, Franco, del que decía que era su mejor obra, una buena persona y estéticamente competente.

Vivía con una nueva pareja que lo cuidó hasta los últimos instantes.

La ciudad se volcó a la calle para seguir el cortejo fúnebre.

La risa había terminado, cosa que tal vez no le hubiese gustado.

Un ambiente de mucho despiporre[1]

La ciudad de Gabriel Vargas en «La familia Burrón»

Martha Cecilia Jaime González
Arquitecta y licenciada en Filología Clásica, Centro de Investigación y Estudios de Posgrado, Facultad de Arquitectura, UNAM, México

Resumen

Gabriel Vargas cumple sistemáticamente la gozosa tarea de narrarnos la Ciudad de México a través de las páginas de su «La familia Burrón». A lo largo de sus 60 años de vida, la familia Burrón muestra una descripción diacrónica del acontecer urbano: vecindades, pulquerías, recorridos a pie por el barrio, el alza en los precios, la corrupción, la inseguridad, los contrastes sociales, viviendas humildes en colonias populares, etc. Vargas encuentra en el sobrevivir del proletario el argumento central de su narración y utiliza la historieta para mostrarnos el sentir de un pueblo que tiene en la risa colectiva un escape de las dificultades de la vida.

Abstract

Gabriel Vargas accomplishes systematically the pleasant task of narrating Mexico City through the «La familia Burron»'s pages. Along its 60 years old, the Burron family shows a diachronic description of urban everyday events: tenement blocks, pulque-pubs, walkings around the quarter, rises in prices, corruption, insecurity, social contrasts, poor houses in poor neighborhoods, etc. Vargas finds in proletarian's surviving the principal story line for his narrative. And he uses the comic in order to reveal the feelings of people who own their laugh as escape from the difficulties of life.

«El sol perezosamente va despuntando tras la montaña, enviando sus tibios rayos sobre la ciudad, haciendo que se largue al diablo el frío de la madrugada»[2].

Este epígrafe es uno de los tantos ejemplos con los que Gabriel Vargas da inicio a un nuevo episodio en la vida de la vecindad, de la ciudad y de sus habitantes más a medias, personificados por Borola, Regino, Macuca, Regino hijo o el Tejocote, Foforito y Wilson, el perro. Este texto es un reconocimiento a la labor de quien ha sido un parteaguas en el lenguaje coloquial y en el humor urbano.

Raymon Davis Weeter explica que la escritura urbana se caracteriza porque «La ciudad está presente de tal forma que sin ella la sustancia de la novela quedará irremediablemente alterada»[3]. Y yo estoy de acuerdo casi totalmente, solo digo que la escritura urbana traspasa la novela como podrá el auditorio comprobar enseguida.

Gabriel Vargas cumple sistemáticamente la gozosa tarea de narrarnos la Ciudad de México a través de páginas, hoy casi imposibles de contar, que rebasan por mucho la extensión de las novelas más largas. Hagamos un estimado: en 1938 Vargas inicia la publicación de

«El señor Burrón, o vida de perro» dentro de las páginas de *Pepín*; en ese entonces su extensión era de unas cuatro o cinco páginas (de acuerdo con la información que otorga Monsiváis en un artículo publicado en el diario *La Jornada Semanal*[4]). Sin embargo, ante el declive de *Pepín*, Vargas se independiza y emitirá, durante tres o cuatro años, historietas semanales cuyos episodios llegaban a las cien páginas; después de este período dicha emisión siguió siendo semanal, pero mucho más breve con historietas de 35 páginas aproximadamente. Si realmente pudiéramos sumar cada página escrita sobre la familia Burrón llegaríamos fácilmente a cien mil.

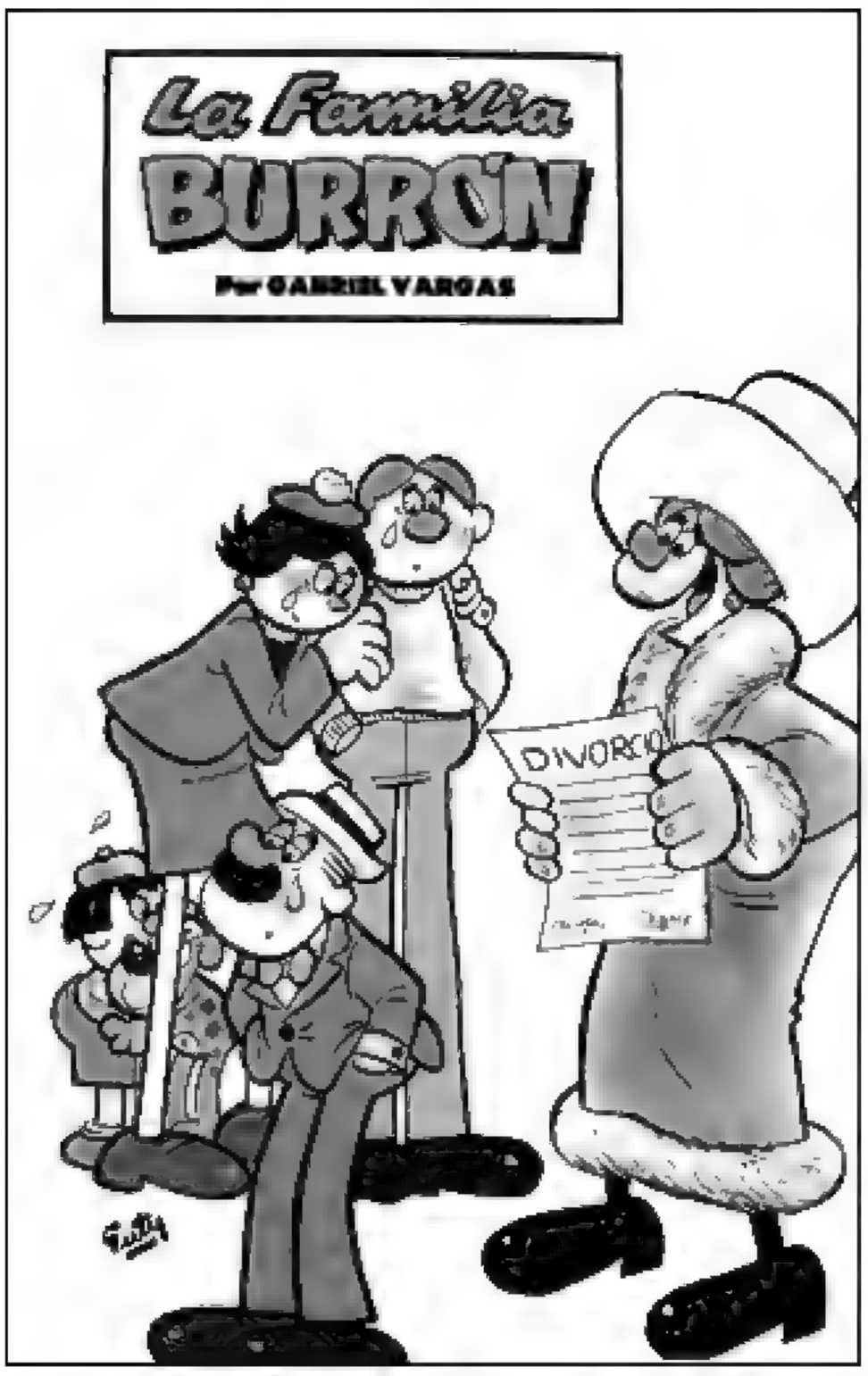


Figura 1: Los seis integrantes de la familia Burrón: la madre (Borola Tacuche), el padre (Regino Burrón), los hijos (Regino junior, Macuca y Foforito) y la mascota (el perro Wilson).

Enmarcada en sus inicios por la denominada *Edad de oro del cómic mexicano* debido a que el país entero leía historietas, «La familia Burrón» es una historieta de autor pues nunca se ha producido en serie, sino que es el resultado del trabajo casi artesanal de un grupo reducido y siempre dirigido por Don Gabriel Vargas quien se encarga de las ideas, los textos y los dibujos hasta la década del setenta, cuando por una embolia deja el camino al extraordinario dibujante Mejía y a su sobrino Agustín Vargas.

A lo largo de sus ya 60 años de vida, en la historieta podemos encontrar una descripción diacrónica del acontecer urbano en el que las constantes o residuos permanentes que arrastramos, y que hasta pueden sonar repetitivos, parecen recordarnos todo aquello que tenemos pendiente, como el analfabetismo ejemplificado en el diálogo entre la pareja de pepenadores la Divina Chuy y don Susano Cantarranas cuando ella le pregunta cuáles son las vocales y don Susano le responde: «las vocales son las que dices con la boca». Sin embargo, también conserva de manera casi heroica el patrimonio cultural. La vecindad –en una prosopopeya de la resistencia– se convierte en escenario principal donde todo ocurre, lo inverosímil cobra vida bajo el cuerpo de Borola; las pulquerías que –en Vargas– aún hoy soliviantan la necesidad después de haberse echado entre pecho y espalda varios litros de *tlachicotón*; o los recorridos a pie que siempre incluían un parque, o el agotado sistema de gremios en el que, por ejemplo en el ramo de la construcción, se empieza desde lodero, o los extintos artistas urbanos de la talla del maestro en ventriloquía Telesforeto Colín, mejor conocido como el sapo ra-

na que sigue actuando con ayuda de Pompeyo en algunas carpas de barriada, o la costumbre de correr desde la casa al estanquillo para contestar o realizar una simple llamada telefónica.

Gracias también a «La familia Burrón», podemos enterarnos del alza en los precios de la canasta básica, «nadie como Borola para disputar a bolsazos el precio de los jitomates»[5]; de las mañas de los marchantes que desde siempre han vendido kilos de a 800 gramos; de la corrupción que logró que misteriosamente el mercado de Tepito se haya visto invadido de mercancía y vinos franceses que, originalmente, la tía Cristeta había enviado en barcos para aliviar el hambre de los aztecotas; de la inseguridad que permitió que la niña Alubia Salpicón fuera asaltada a plena luz del día; y de los contrastes –sobre todo de los contrastes– entre ricos y pobres. Mientras los pobres, debido a que no traen ni moronas de pan en los bolsillos, «andan con el ombligo pegado al espinazo», los ricos tienen comida, vestido y «sustento por toneladas y pachangas hasta decir ya».

Vargas encuentra en ese sobrevivir del proletario el argumento central de su narración al que nunca abandonará: Borola, aunque vencida cada vez por la poca imaginación que tiene la realidad, ha sobrevivido y comido un día más

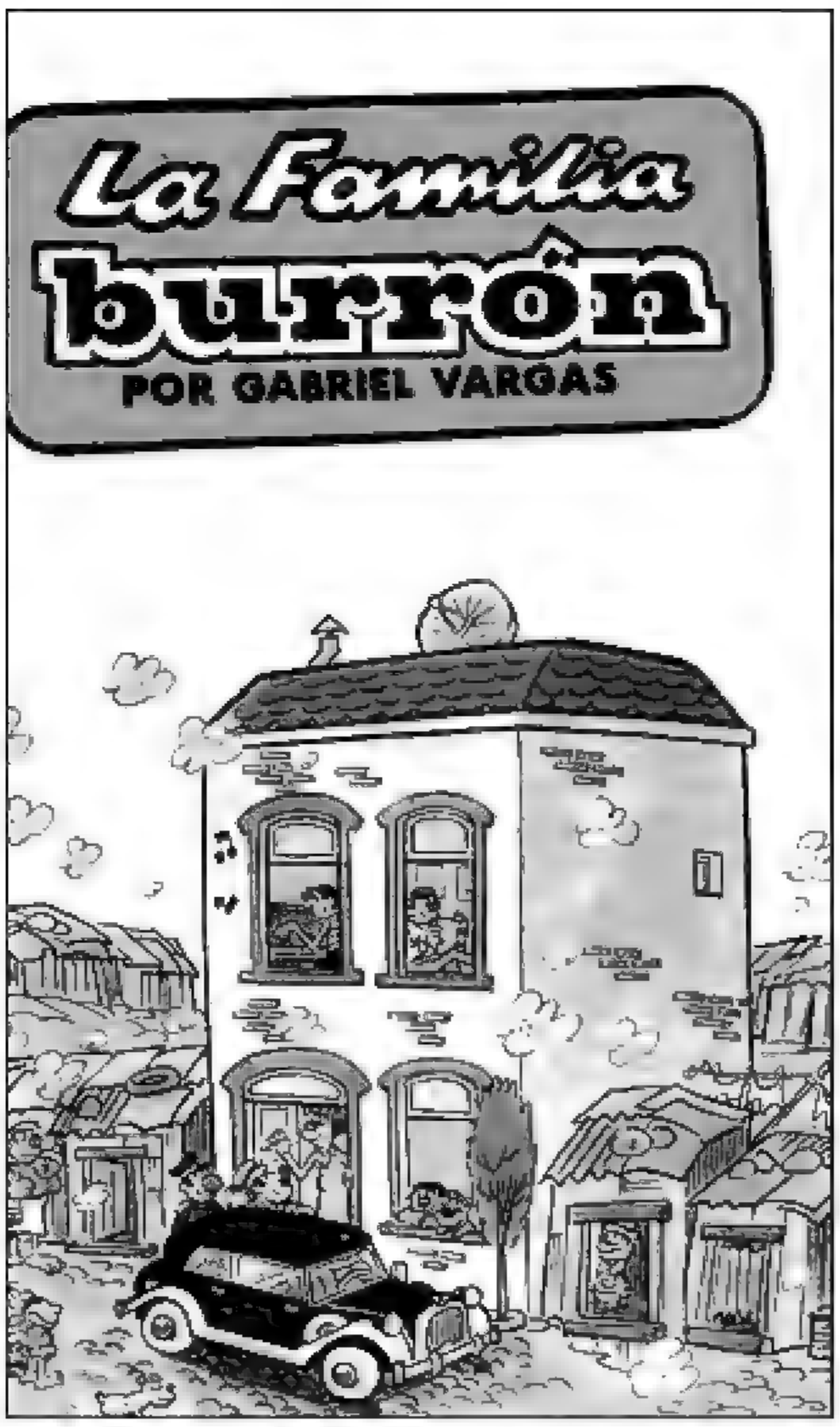


Figura 2: La familia Burrón millonaria, con mansión y limunisa, en medio de un barrio pobre.

Figura 3: Borola, en constantes problemas por su carácter locuaz.

Figura 4: Los esposos Borola y Regino: pobres, pero eternamente enamorados.

Figura 5: Borola Tacuche, en traje de gala.

mientras que para los ricos los días y las semanas no cuentan.

El vicio del alcohol es el mejor de los ejemplos del contraste del que hablamos. En un diálogo entre Regino y Borola (cuando Borola sueña que son ricos) se enlistan las bebidas preferidas de la clase alta.

Regino: «¿Qué te gustaría inflar?»

Borola: «Ando muy castigada, he bebido mucho, así que me hagan un coctel con ginebra, vodka, charanda, coñac, mezcal, tequila, chinchol, anís, unas gotas de angostura y otras tantas de ajenjo [*sic*]»[6].

Aunque siempre existe la opción de beber «champán para ricos» y disfrutar, después de un «nutrido copeteo», de un ambiente de mucho despiporre. Sin embargo, el vicio de la botella que tantas veces pone en «estado burro» a los pobres se reduce a muy pocas opciones, la preferida el pulque, mejor conocido como *pulmón*, *tlachicotón*, *neutle supremo de calidá*, *baba*, *tlamapa* o *caldo de oso*.

La historieta en México se vuelve un medio de adaptación y un puente de liga entre el campo y la ciudad que ya comienza a desbordarse y, con esto, a volverse incomprensible y deshumanizante. Para Carlos Monsiváis la pretensión explícita de Vargas era «describir la vida familiar del mexicano pobre de clase media y aproximarnos al proletariado y al lumpen proletariado. Pero de ningún modo a Vargas lo guían pretensiones

LO QUE ES CONTAR CON BUENOS AMIGOS, LA DIVINA CHUY SIEMPRE ME HA TRATADO COMO SI FUERA SU HERMANO. NO SE DIGA DE SUSANO, ES MUY BUEN CUATE.
POBRE DE POMPEYO, SU MAL GENIO NO LO LLEVARA A NADA BUENO.

Figura 6: El Sapo-rana visitando el *palacio* de sus amigos la divina Chuy y Susanito en una ciudad perdida.

BETITA, DEME FRITANGAS HECHAS CON CARIÑO. SABE QUE TENGO A MI SUSANO EN CAMA, QUIERO QUE COMA DE LOS MEJORES SOPES Y GARNACHAS QUE TENGA.
NI ME LO DIGA, A DON SUSI LO PROCURO.
'EL MAGU
PULQUE
RICOS PULQUES

Figura 7: La divina Chuy comprando comida para su marido a la entrada de una pulquería.

sociológicas, sino el costumbrismo, la ubicación del mundo por la repetición»[7]. Lo cierto es que el autonombrado monero por accidente supo utilizar la historieta, en una época en la que la crítica social era fuertemente censurada y estas revistas vistas con desdén por el Estado[8], para mostrarnos mediante la rutina las costumbres y las acciones de los personajes, el sentir de un pueblo que encontraba en la risa colectiva un escape al eterno sobrevivir.

¿Cómo construye Vargas cada episodio? La estructura de la historieta es sencilla y lineal, no presenta acciones simultáneas ni construcciones en anillo, no juega con dimensiones espaciotemporales aunque en contadas ocasiones recurre al sueño como instrumento que le permite construir irrealidades. Cada episodio se presenta a través de un epígrafe como el que encabezó este texto, se describe la acción inicial de los personajes y se les deja actuar en estilo directo con Borola en la batuta, utilizando a Regino en el plano moral de lo correcto y lo honesto y completando el cuadro con el eterno retrato inmóvil y a veces desapercibido de los hijos. Para Monsiváis, el tema muchas veces se traslada al reino de lo ilógico y lo absurdo y se remata con un final que devuelve a Borola al plano cotidiano casi inmediatamente (en algunos episodios, Borola puede disfrutar de la oportunidad en turno por algunos días).

NO TE QUIERO PRESUMIR, PERO AHI ESTA M'HIJA QUE ES TESTIGA COMO ME APLAUDIERON AL SUBRI AL ESCENARIO.
ME DIJO EL ANUNCIADOR QUE LUCIA TAN ELEGANTE Y HERMOSA, QUE PARECIA UNA MODELO PROFESIONAL.
NO TE CREAS, HAY UNOS ANUNCIADORES MUY MALORAS.

Figura 8: La familia Burrón, reunida para cenar tras un largo día de trabajo.

¿Cuál es la ciudad física de «La familia Burrón»? La que podemos ver e intuir a través de cada cuadro. La ciudad de ese sol que, con una sonrisa en la cara –y esto es literal– manda al diablo al frío de la madrugada. La ciudad del transporte público coloreado por narices rojas moviéndose rumbo al Chócalo. Los límites de esta ciudad se reconocen y se dibujan en las eternas reminiscencias urbanas, se extienden desde el popular oriente hasta el elevado norte: «desde la populosa colonia Netzahualcóyotl hasta las Lomas de Chapultepec y de Xochimilco a Azcapotzalco»[9].

Y las historias se desarrollan en la vecindad de callejón del Cuajo, número ocho. Se mencionan las colonias populares junto con sus innumerables ampliaciones; aquí algunos ejemplos de los más recientes: la tercera ampliación de la colonia el Terregal, la colonia adjunta a esta, el Cuernito, la colonia el Lodazal, Netzahualcóyotl o la Bondojito.

La vivienda precaria de las ciudades perdidas –el jacal–, autoproducida con láminas, maderas, llantas o lo que haya, se desborda en cerros infinitos y nos muestra esos núcleos descompuestos, olvidados, esas otras y mismas realidades que se extienden a cada sexenio. En el siguiente fragmento se sugiere sutilmente la situación de esos habitantes de las ciudades perdidas: «Siendo un amigo de confianza el sapo rana toca fuertemente a la puerta como si vivieran [*sic* Susano Cantarranas y la divina Chuy] en un gran palacio, en vez de en un pequeño cuarto de madera»[10].

En cambio, el contraste de las casas cuyo dibujo no cabe en los cuadros de la historieta repiten hasta el cansancio que los ricos «tienen personal de sobra que se dedica a tenerles sus residencias limpias como tacita de china y se transportan en acharoladas limosinas».

Lo que ha mostrado Gabriel Vargas durante tantos años de labor es «una ciudad solo, y por derecho propio, sobrevivible»[11], una ciudad que, al igual que Borola, hace lo que sea por conseguir qué llevarse al comedor. A diferencia de la narrativa mexicana[12] –la reconocida–, la narración de Vargas no ha mostrado la ciudad que él conocía cuando niño y que ahora se destruye, sino que nos la ha actualizado a cada semana, no sufre la nostalgia de que todo tiempo pasado fue mejor, al contrario, mantiene vigente una vecindad que se aferra a su tipología y a su existencia, que permanece a pesar de la avasallante modernidad hoy devorada por la globalización: «En su comedia humana, Vargas cubre la ferocidad de los cambios y la permanencia del sentido del humor,

del habla cotidiana, de la pérdida del poder adquisitivo, del encuentro breve y la pérdida orgánica de las ilusiones»[13].

Una de las más grandes aportaciones, sino la más grande, que hace Gabriel Vargas a la cultura popular y a la narración urbana es el uso y la innovación del lenguaje coloquial como forma de arraigo e identidad de los de abajo. Vargas «anticipa, inventa, imagina, borda sobre las palabras. Es decir, se maneja en la línea creadora del caló, de las germanías y se aparta de la tradición de quienes improvisan sobre temas y palabras de la sexualidad, juego vulgar y ocasionalmente ingenioso»[14]. Experimenta hasta el límite la relación entre sonoridad y significación. Amplía a ámbitos de respuestas casi sensoriales, la función de la semántica con nombres que en dos palabras regocijantes dicen un mundo: desde Dulce Miel (novia de Floro Tinoco, el Tractor), Briagoberto Memelas (cacique de la región desértica denominada la *Coyotera*) o don Jovito Capaloros *diputao del quientosavo* distrito hasta el *mero mandón* de los basureros, Chucho Chávez.

«La esencia de las tramas se deposita en el vértigo del habla y el humor, en la distorsión de los vocablos como juego de agudeza, en el laberinto coloquial como seña de identidad y renovación del nacionalismo desde abajo[15].

Hoy hablar en *Burrón* se ha convertido en el maravilloso y muy concurrido atajo del lenguaje. Palabras que expresan, sin lugar a dudas, la idiosincrasia del mexicano, la diferencia irreductible de las clases sociales: «tienes que aguantar todo lo que te hagan mis hijos, para qué eres pobre», o «qué costumbres tan cachetonas se les ocurren a los chorromillonarios»[16].

Sin embargo, a pesar del innegable

¿BOROLA, POR QUE ME AVENTASTE Y ME HICISTE A UN LADO? YO SOY QUIEN DEBE ARREGLAR LA CUESTION CON EL BORRACHIN.
'TOY EN MI JUICIO, DON REGIS. NINGUN MACHO 'TA BORRACHO CON TRES BOTELLUCAS DE TEQUILON EN LA BODEGA.

Figura 9: Borola pelea a golpes con un ebrio, cosa cotidiana en la vecindad.

impacto de «La Familia Burrón» en la sociedad capitalina, a pesar de que hoy todo mundo entienda a soplamocos y arriesgue la vidorria cada día de su vida con tal de llenar la caja de las alubias, el

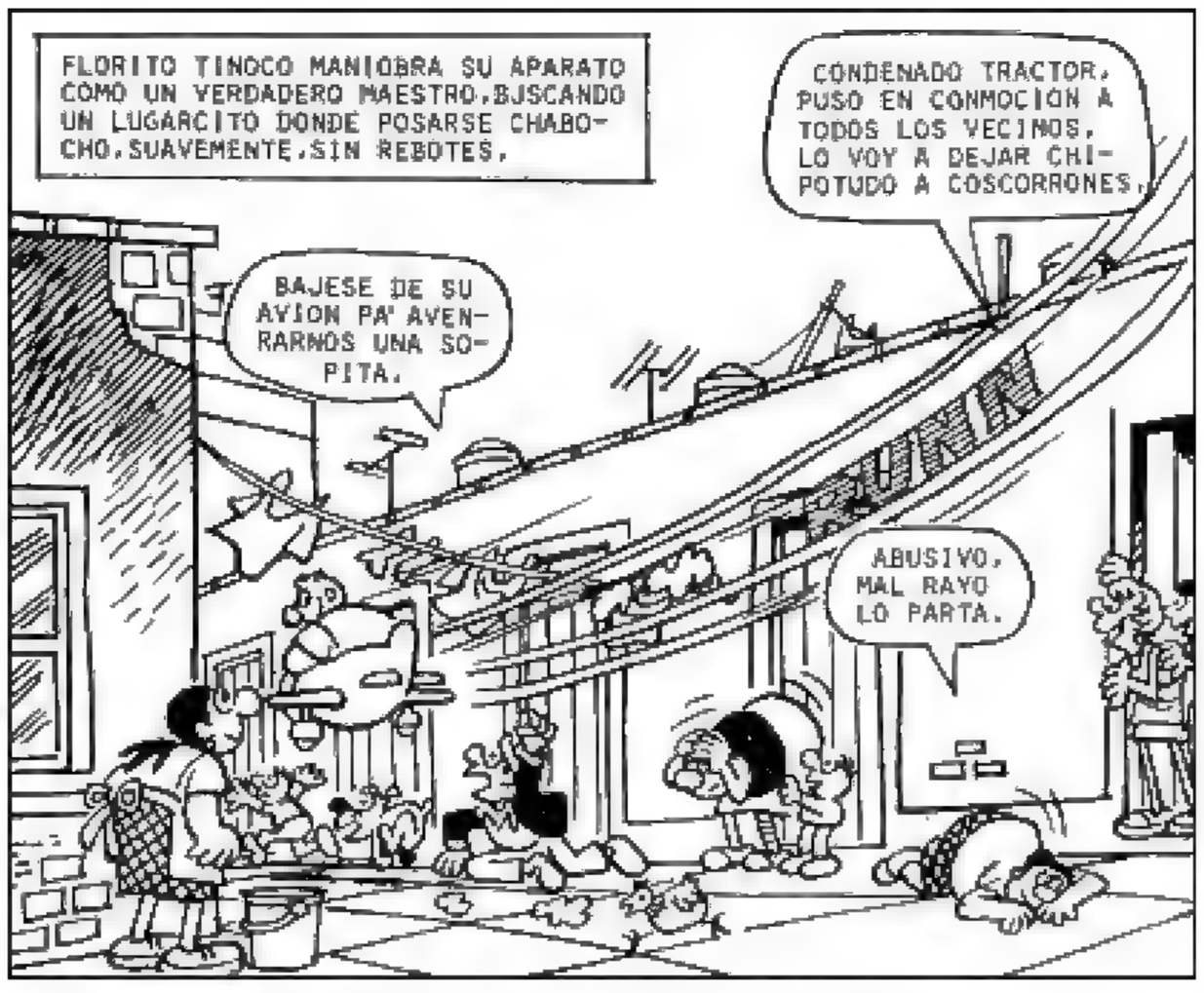

FLORITO TINOCO MANIOBRA SU APARATO COMO UN VERDADERO MAESTRO, BUSCANDO UN LUGARCITO DONDE POSARSE CHABOCHO, SUAVEMENTE, SIN REBOTES.
CONDENADO TRACTOR, PUSO EN CONMOCION A TODOS LOS VECINOS, LO VOY A DEJAR CHIPOTUDO A COSCORRONES.
BAJESE DE SU AVION PA' AVENRARNOS UNA SOPITA.
ABUSIVO, MAL RAYO LO PARTA.

Figura 10: La vecindad en el callejón del Cuajo, hogar de los Burrón.

reconocimiento a la obra de Gabriel Vargas, fuente fundamental para el estudio de la cultura popular, ha sido escaso.

La década del ochenta dio comienzo al debilitamiento de la tradicional historieta, la situación económica y la crisis tras el sismo de 1985 hizo que mucha gente dejara de comprarlas, ahora es imposible encontrar una colección completa de los Burrón. Actualmente muchas bibliotecas carecen de la obra de Gabriel Vargas, ni siquiera el Museo del Estanquillo, su casa por nombramiento intelectual, resguarda una biblioteca especializada, ya no digamos buena o mala, sino solo biblioteca.

Un taxista me dijo, tras contarle que yo estudiaba Letras Clásicas, que hacía falta la cultura porque a los mexicanos no nos hacen leer más que muñequitos –citando específicamente el *Lágrimas y Risas*. Tal vez la historieta ya no se reconoce como apropiable, como ese lugar donde se protege y se renueva el humor urbano arraigado en la experiencia mexicana. En fin, San Nabor nos ampare...

Notas

1. Oración que utiliza don Regino Burrón (rico, aunque solo en sueños) para describirle a Borola lo bien que se la pasó en el club.
2. Vargas, Gabriel: «La familia Burrón», Editorial Porrúa, t. VI, México, 2005, p. 4-B.
3. Citado a partir de Salazar, Jezreel: «La ciudad como texto. Crónica urbana de Carlos Monsiváis», Senderos, México, 2006: p. 28.
4. Monsiváis, Carlos: «En los ochenta años de Gabriel Vargas», *La Jornada Semanal*, 10 de mayo de 1998. Tomado de www.jornada.unam.mx/1998/05/10/sem-monsi.html.
5. Monsiváis, *Op. cit.*
6. Monsiváis, *Op. cit., p. 32-C.*
7. Monsiváis, *Op. cit.*
8. «Las revistas provocaban tal desdén y desconfianza que a mediados de los cuarenta el término *pepines* llegó a connotar todas las publicaciones vulgares o indecentes». (Rubinstein, Anne: «Del *Pepín* a los *Agachados*. Cómics y censura en el México posrevolucionario», trad. Victoria Schussheim, título original «Bad Language, Naked Ladies and Other Threats to the Nation»: Fondo de Cultura Económica, México, 2004, p. 139).
9. Vargas, *Op. cit., p. 24-D.*
10. Vargas, *Op. cit., p. 9-B.*
11. Salazar, *Op. cit.*, p. 41.
12. «La narrativa mexicana presenta una idea común, glosada de distintas maneras: la destrucción de una ciudad, generalmente aquella conocida por el autor en sus años de infancia o en los mozos. Dos elementos componen tal imagen, complementándose. El primero, la metamorfosis inevitable de todo crecimiento, interpretada una y otra vez como la eliminación de una belleza anterior, significada por la coherencia de un núcleo existencial luego fragmentado [...]. la fealdad de ayer es la belleza de hoy, que al transformarse en deterioro constituye la belleza mañana extrañada [...] una profunda carga subjetiva se une al innegable y objetivo deterioro de la ciudad. El hombre es un ser que vive lamentando paraísos perdidos. Es aquí donde cabe hablar de la ciudad como zona cronológica». (citado a partir de Salazar, *Op. cit.*, p. 37.
13. Monsiváis, *Op. cit.*
14. *Idem.*
15. *Idem.*
16. Vargas, *Op. cit.*, p. 13-C y 10-C..

Bibliografía

Lizaur Guerra, María Blanca: «Arte verbal dominante no prestigiado» (tesis de licenciatura), UNAM, México, 1993.

Monsiváis, Carlos: «En los ochenta años de Gabriel Vargas», *La Jornada Semanal*, 10 de mayo de 1998.

Rubinstein, Anne: «Del *Pepín* a los *Agachados*. Cómics y censura en el México posrevolucionario, trad. Victoria Schussheim, título original «Bad Language, Naked Ladies and Other Threats to the Nation»: Fondo de Cultura Económica, México, 2004.

Salazar, Jezreel: «La ciudad como texto. La crónica urbana de Carlos Monsiváis», Universidad Autónoma de Nuevo León, Nuevo León, 2006.

Vargas, Gabriel: «La familia Burrón», v. I-VI, Porrúa, México, 2000.

Zalpa Ramírez, Genaro: «El mundo imaginario de la historieta mexicana», Instituto de Cultura de Aguascalientes, Aguascalientes, 2005.

Para la creación de un Centro Nacional de Historieta

Ernesto Priego
Licenciado en Letras Inglesas por la UNAM e investigador de la semiótica del cómic
Ciudad de México, México

Resumen
Proyecto para la creación de un Centro Nacional de Historieta desarrollado como respuesta al Programa Nacional de Cultura 2001-2006 del Gobierno Federal en México.

Abstract
Project to create The National Center of comic. This project was made as response to National Program of Culture 2001-2006 of the Mexican Federal Government.

Prólogo

Ubiquémonos: año 2000. Estábamos estrenando siglo y estrenando también partido en la presidencia de México tras más de setenta años de *dictadura perfecta* del Partido Revolucionario Institucional (así la describió Mario Vargas Llosa alguna vez, y le costó la salida del país).

Con la llegada de Vicente Fox Quesada, candidato del Partido Acción Nacional (PAN) a la presidencia, muchos creyeron que se consolidaba la cacareada *transición a la democracia*. Hoy, ocho años después, sabemos que lo único que se consolidó fue la *traición a la democracia*. La promesa de justicia sobre los crímenes y corruptelas de los gobiernos priístas no solo fue incumplida, sino que el gobierno entrante sumó sus propios crímenes y corruptelas. La esperada democratización de las estructuras de gobierno, la rendición de cuentas, la transparencia en las finanzas públicas y todas las anheladas ventajas de la alternancia de partidos en el gobierno se esfumaron en un abrir y cerrar de urnas. Un sexenio y medio después las cosas están mucho peor que entonces. La descomposición social, la violencia, la penetración del crimen organizado en todos los niveles de gobierno, la impunidad y el deterioro del nivel de vida tienen al país, segun muchos analistas, al borde del no-retorno, de lo irremediable.

Pero en aquel año bisagra, antes de que sobreviniera el desengaño, se respiraban aires de entusiasmo.

El presente proyecto fue producto, por un lado, de la experiencia acumulada y el trabajo desarrollado por un cúmulo de gente a lo largo de años en pro de la historieta y, por el otro, de la convicción de que era el momento propicio para ejercer la democracia en un sentido muy amplio, creando desde las bases las políticas públicas. Esto incluía, por supuesto, las políticas culturales.

Así pues, nos dimos a la tarea de intentar concretar un viejo sueño: la creación de un Centro Nacional de la Historieta. Parecía factible. No nos engañábamos respecto de la forma de funcionar de la clase política: para ellos solo son viables aquellas cosas que reditúan políticamente; pero considerábamos que este proyecto podía cumplir su agenda y al mismo tiempo cumplir propósitos nobles.

Ernesto Priego tuvo la paciencia y dedicación de leer el «Programa nacional de cultura 2001-2006» que hacía un especial énfasis en el fomento a la lectura. Parecía hecho para nuestros fines.

Sobra decir que nunca llegó a concretarse, pero sí es importante aclarar que no fue solo el contexto lo que impidió que el proyecto fuera mucho más lejos que los ojos de los amigos cercanos; por esa época el Taller del Perro, un colectivo de autores de historieta que era el espacio donde esta idea se mencionaba más insistentemente, empezó su desintegración, y con él el único sitio desde donde se podían impulsar esta clase de iniciativas.

Creo que este documento no ha perdido vigencia y viabilidad, también creo que es con esta clase de proyectos con los que se puede contribuir a revertir las graves condiciones del país. Considero que si alguna ruta de emergencia tenemos como país, esa ruta pasa necesariamente por la cultura. Quizá no sea mala idea intentarlo de nuevo, en todo caso lo verdaderamente grave sería no tener las ganas de volver a intentarlo cuantas veces sea necesario.

Por lo pronto, a instancias de Dario Mogno, compartimos el documento con todos aquellos a quienes pudiera interesar esta idea, sería maravilloso que pudiera germinar en otros países.

Ricardo Peláez Goycochea
Ilustrador e historietista, Ciudad de México, México

Introducción

Con el presente proyecto, que propone la creación de un Centro Nacional de la Historieta (CNH), se quiere responder a un llamado nacional para la ciudadanización de la cultura.

Este proyecto contesta el mensaje emitido por el Presidente de la República, Vicente Fox Quesada, el secretario de Educación Pública, Reyes Támez Guerra, y la Presidenta del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Sari Bermúdez, a través del «Programa nacional de cultura 2001-2006».

La iniciativa cultural que hemos denominado Centro Nacional de la Historieta representa la respuesta ciudadana de un grupo de artistas, escritores, intelectuales y promotores culturales que han hecho suya la visión de dicho «Programa nacional de cultura 2001-2006», buscando participar, de manera decidida, factual y consistente, en «el fortale-

cimiento de la cultura, de la preservación de los bienes y valores en que se expresa y de los servicios que garantizan su disfrute generalizado, como elementos sustanciales del desarrollo y la cohesión social»[1].

El Centro Nacional de la Historieta se conformará como una instancia ciudadana que trabajará en estricta colaboración con el gobierno federal y local, así como con las organizaciones no gubernamentales, los centros educativos y la iniciativa privada.

Las funciones del CNH responden específicamente a la mayoría de las líneas de acción seguidas a través del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes[2], como son:

- Investigación y conservación del patrimonio historietístico nacional.
- La historieta como arte popular.
- Educación e investigación en el campo de la historieta como manifestación artística y cultural.
- Difusión cultural de la historieta como una manifestación artística y literaria de gran raigambre en la cultura nacional.
- Lectura y libro. La narrativa gráfica (historieta), la literatura ilustrada para niños, jóvenes y adultos.
- Medios audiovisuales. Cine de animación, documentales en filme, video y CD-ROM sobre historieta, diseño gráfico, ilustración, literatura ilustrada, literatura infantil y juvenil, catálogos bibliográficos en discos compactos interactivos, historieteca digital multimedia. Investigación con recursos computacionales en línea.
- Vinculación cultural y ciudadanización. El CNH propiciará, como iniciativa cultural ciudadana, la integración de la comunidad en las labores del centro, mediante talleres infantiles, juveniles y para adultos, mesas redondas, exposiciones de historieta *amateur* y semi-profesional y conferencias.
- Cooperación internacional. El CNH cuenta con una amplia gama de contactos a nivel nacional e internacional, tanto con centros de enseñanza, galerías, bibliotecas y museos dedicados específicamente a la promoción e investigación de la historieta como con artistas, académicos e intelectuales, con quienes se entablarán programas de intercambio internacional, buscando la difusión del historietismo mexicano en el extranjero y el enriquecimiento de la creación local.

Resumen del proyecto

El CNH se constituirá como una organización ciudadana interesada en la preservación y protección del patrimonio historietístico de México y en el fomento de la historieta como una expresión artística y literaria de enorme arraigo nacional.

Este Centro Nacional de la Historieta es una iniciativa inédita en nuestro país. Se desea presentar este proyecto como una respuesta que directamente atiende los planteamientos de la nueva política pública en materia de cultura.

Principalmente el CNH tendrá como una de sus estrategias fundamentales la vinculación de la cultura de la historieta y la literatura ilustrada, y especialmente

de la educación artística y literaria y el conocimiento y aprecio del patrimonio historietístico nacional y mundial con la escuela y demás instituciones dedicadas a la educación.

El CNH plantea la posibilidad de dar sustento a nuevas condiciones de creación, producción y disfrute de la historieta, la literatura ilustrada, la narrativa, la ilustración, el cine de animación y de acción en vivo, los nuevos medios artísticos audiovisuales y demás manifestaciones culturales ligadas a la narrativa visual.

De añeja tradición en México, la historieta, que alguna vez mantuvo alfabetizada a una importantísima parte de la población, sufre un progresivo deterioro y olvido. Un arte que goza de cabal salud en las escenas artísticas y literarias de países como Francia, Bélgica, Japón, Italia y Estados Unidos; que es objeto de estudio de universidades, institutos de investigación, museos y galerías de prestigio a nivel mundial, necesita en nuestro país un centro dedicado a su promoción, investigación y desarrollo.

La historieta es uno de los artes más nobles, porque es un lenguaje interartístico. Es decir, no solo reúne en sí misma a la literatura y a las artes plásticas, y por ende constituye un medio invaluable de promoción de la lectura y el aprecio de las artes visuales, sino que también inspira y promueve nuevas manifestaciones artísticas, como el cine de animación, el cine de acción en vivo, el arte electrónico, el arte interactivo en línea y otras formas de narrativa visual.

Como la historieta ha tenido siempre, por su forma interartística, gran aprecio por parte del público infantil, esta representa un medio insustituible para promover políticas públicas de difusión de la lectura y el libro, ayudando a formar cuadros de lectores y aficionados al arte desde la más temprana infancia.

S propone la creación de lo que hemos denominado Centro Nacional de la Historieta (CNH), cuyo principal cometido es enmendar casi cien años de menosprecio del arte historietístico mediante un compromiso permanente por su conservación, promoción, difusión, enseñanza e investigación, posibilitando el registro, localización y consulta que se le ha negado al vasto universo del cómic mexicano e internacional.

El CNH quiere dar respuesta a necesidades comunitarias largamente observadas. Específicamente el CNH implica un esfuerzo de ciudadanización de la política y el quehacer culturales[3] al plantearse los siguientes lineamientos, que explican su razón de ser:

- El CNH responde al derecho de los ciudadanos a disfrutar de los bienes y servicios culturales, ofreciendo un espacio para el entretenimiento y la educación, promoviendo el disfrute y el conocimiento de la historieta como arte popular mexicano e internacional.
- El CNH busca desarrollar la creatividad y participar en la creación y la producción de distintas formas de narrativa visual en igualdad de oportunidades con otras formas artísticas y con otros creadores.
- El CNH es una iniciativa de colaboración en la gestión cultural.
- El CNH busca proteger los intereses morales y materiales que resultan de la producción historietística y de otras formas de narrativa visual.

- El CNH busca preservar la historieta y formas de narrativa visual relacionadas como bienes culturales, y en particular de la historieta, literatura ilustrada y cine de animación mexicanos como parte del patrimonio cultural.

- El CNH busca reafirmar y expresar la identidad cultural mexicana mediante sus labores de promoción, difusión, enseñanza y preservación de las distintas formas de narrativa visual mexicanas.

- El CNH ofrecerá un espacio para ejercer el derecho de todo ciudadano a tener acceso a la información y ejercer la crítica.

Objetivos generales

El CNH consiste en el establecimiento de un centro de investigación, conservación, promoción, enseñanza, creación, registro y consulta de historieta nacional e internacional, así como de reunión e intercambio de historietistas (artistas gráficos, escritores, editores, diseñadores, etc.) nacionales e internacionales.

El CNH quiere funcionar como una iniciativa que coadyuve a la consolidación de las condiciones básicas[4] que se ha propuesto el «Programa nacional de cultura 2001-2006» como fundamentales para estar en posibilidades de cumplir con la misión que se ha trazado.

Las condiciones básicas a las que contribuirá específicamente el CNH son:

- Promover las formas de participación organizada y corresponsable de la sociedad en el diseño y la ejecución de políticas culturales.

El CNH, como una iniciativa ciudadana, promoverá la participación de los ciudadanos. Para lograr este reconocimiento de los derechos culturales del ciudadano, el CNH constituye el espacio y una forma de posibilitarlo. El CNH quiere participar responsablemente en la planificación, administración y ejecución de proyectos de promoción y difusión de la cultura, desempeñando sus labores específicas.

- Fomentar la vinculación entre los sectores educativo y cultural.

El principal enfoque del CNH estará centrado en la educación. El CNH buscará el desarrollo integral del individuo impulsando la creación artística, y propiciará la adquisición, el enriquecimiento y la difusión de la historieta y la narrativa visual en general como bienes y valores de la cultura universal. La historieta, como patrimonio cultural nacional, recibirá la principal atención.

El CNH posibilitará una real vinculación entre las acciones de los sectores educativo y cultural y sus propias labores. Uno de sus objetivos será la formación de futuros públicos para la historieta y la narrativa visual nacional y mundial. El CNH está convencido que el estudio y producción de historieta y narrativa visual constituye un impulso importante para el desarrollo de ciudadanos capaces de expresar su sensibilidad, su creatividad, su visión de la realidad y el conjunto de sus potencialidades.

El CNH, en su área académica,

ofrecerá programas especiales de educación artística, previo diseño de materias, materiales didácticos y contenidos específicos para la enseñanza y sensibilización del historietismo.

El CNH incluirá programas que contemplan la participación de los padres de familia y actividades de formación de usuarios escolares, como una de sus prioridades.

El CNH establecerá mecanismos de coordinación entre la escuela y los diversos espacios culturales (museos, teatros, bibliotecas, casas de cultura), planificando actividades intra y extramuros de difusión y enseñanza teórico-práctica de historieta y otros medios de narrativa visual.

- Formar públicos para la historieta y la narrativa visual como manifestaciones artísticas y culturales.

El CNH tendrá como función crear y fortalecer públicos extensos, bien informados y capaces de asimilar y valorar las formas y significados de la historieta y la narrativa visual en general como expresiones culturales.

A través de conferencias, proyección de películas, talleres, mesas redondas, cuenta-cuentos, actividades escénicas y sociales, el CNH consolidará un programa de sensibilización y apreciación historietística y visual, tomando en cuenta las particularidades y diferentes necesidades de todos sus grupos de edad, ocupación y nivel socioeconómico, educativo y cultural.

Aunque el CNH propiciará la coordinación con instancias de educación superior y media superior, dirigirá importantes esfuerzos hacia la promoción de la historieta entre los niños y niñas en educación primaria y jóvenes en educación media. Asimismo, se prepararán programas de educación continua que permitirán la participación del público en general, sin importar su nivel educativo.

El CNH considera como una necesidad vital el propiciar las condiciones para que existan destinatarios del quehacer y la producción historietística nacional.

El CNH solo tendrá razón de ser como un medio y un espacio que impulsará programas educativos y de sensibilización permanente dirigidos a formar públicos y a contribuir a la creación de mercados para la historieta, la literatura ilustrada, el cine de animación y la narrativa gráfica en línea.

El CNH representará una oferta de oportunidades de aprendizaje, información, orientación y desarrollo de capacidades que hagan posible la apreciación y comprensión, así como el placer y el disfrute de la narrativa visual.

- Hacer de México un país de lectores.

La historieta fue durante décadas el material de lectura preferido de millones de mexicanos. Sin duda la historieta nacional mantuvo a las masas de México alfabetizadas[5]. La historieta, por largo tiempo usada como recurso pedagógico, cuando es bien utilizada puede

fomentar la capacidad crítica de los alumnos frente a los medios de información, desarrollar la capacidad crítica de los lectores más jóvenes y aumentar la capacidad creativa de los educandos[6].

La historieta, al conjuntar códigos lingüísticos y visuales, propicia el desarrollo de una competencia narrativa e icónica difícil de comparar.

El CNH quiere hacer suyo el imperativo inicio de un programa permanente para hacer de México un país de lectores, y para ello es necesario estimular la lectura en todos los niveles sociales. En México la historieta ha logrado reunir lectores de todos los niveles sociales, ofreciendo un potencial pedagógico prácticamente ilimitado que no ha sido suficientemente explorado.

El CNH promoverá, en la difusión de la historieta y la literatura ilustrada, un trabajo conjunto con todas las instancias que intervienen en el proceso de producción y distribución del libro, así como con ferias del libro, especialmente la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil.

La historieta, por su lenguaje lexicopictográfico, puede hacer de temas de otro modo incomprensibles a la gran mayoría de la población temas fáciles de entender y aplicar. Sin duda, el uso didáctico apropiado de la historieta y de la literatura ilustrada no solo representa una posibilidad concreta de iniciar a los más pequeños en la lectura de textos lingüísticos más complejos, sino también en el desarrollo de competencias estéticas para decodificar mensajes artísticos con distintos niveles de complejidad.

- Ampliar y mejorar la infraestructura cultural en todo el país.

México no cuenta con ningún espacio dedicado específicamente a la historieta. El CNH responde a la necesidad de extender y mejorar la infraestructura y los espacios públicos de la cultura. El CNH buscará sumar los esfuerzos de los diferentes niveles de gobierno, propiciando la organización de actividades conjuntas que permitan llevar a cabo objetivos nacionales de promoción cultural de la historieta y narrativa visual.

- Impulsar el desarrollo de la industria historietística comercial e independiente.

La historieta, así como el cine de animación y el arte narrativo gráfico en línea, son una industria cultural que abarca el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran y pequeña escala de mensajes y bienes culturales, favorecen la difusión masiva y entre pequeñas comunidades, tanto a nivel nacional como internacional, de la cultura nacional.

El CNH tendrá como una prioridad el estímulo y la consolidación de la industria historietística y cinematográfica de animación para el desarrollo del mercado interno, promover el establecimiento de una legislación acorde con sus especificidades y potencialidades y la internacionalización de sus productos.

El CNH comprenderá, dentro de sus labores educativas, la formación y capacitación de promotores culturales de la historieta y la narrativa visual, así como de editores y demás recursos humanos pertinentes, que permitan a mediano y largo plazo el desarrollo de esta industria cultural.

- Impulsar una política cultural internacional estratégica.

  Será prioridad del CNH la proyección internacional de la historieta mexicana y su relación con las culturas del mundo.

  El CNH se ha trazado objetivos específicos de cooperación internacional, especialmente con las regiones del mundo con saludables industrias historietísticas, como lo son Estados Unidos, Canadá, Francia, Italia, Japón, España y el Reino Unido.

  El CNH gestionará actividades académicas y de promoción artística que propicien la vinculación internacional, así como la proyección del trabajo de historietistas y narradores visuales mexicanos en el extranjero.

  Mediante conferencias, convenciones, exposiciones y publicaciones, el CNH hará uso de una extensa red de contactos internacionales para promover la cooperación internacional y el aprendizaje mutuo, para el enriquecimiento cultural de los países involucrados.

- Hacer de la información la base del diseño de las políticas y la planificación culturales.

  El CNH conformará un centro de información y de estudios de la historieta y la narrativa visual que reunirá y sistematizará las estadísticas nacionales de este sector y llevará a cabo análisis e investigaciones que aporten los diagnósticos necesarios para recomendaciones de políticas y proyectos culturales estratégicos, como industrias culturales, patrimonio y desarrollo, culturas populares, formación de públicos, etc.

  El CNH funcionará como una herramienta fundamental dentro de un sistema nacional de información cultural automatizado, ofreciendo información específica.

- Desarrollar mecanismos para una óptima utilización de las nuevas tecnologías.

  El CNH contará con un laboratorio de arte digital y un área de consulta bibliográfica computarizada. Asimismo, dentro de su área académica se impartirán cursos de actualización y entrenamiento en nuevas tecnologías para el diseño y el arte gráfico y la narrativa en línea.

  El CNH tendrá como una de sus más importantes prioridades la observación y fomento de nuevas tecnologías tanto para la producción artística y literaria de narrativa gráfica como para la investigación y conservación, así como para la difusión y promoción de todos los aspectos ligados a la narrativa visual mediante su página de internet.

  EL CNH tiene contemplado el fomento del desarrollo de mercados para la comercialización de la

producción cultural distribuída en línea, aspectos estrictamente relacionados con el historietismo, la narrativa gráfica digital y el cine de animación.

Objetivos particulares

El proyecto del CNH ha fijado sus objetivos particulares siguiendo los campos de acción principales en los que se despliega la política cultural[7].

1. Investigación y conservación de la historieta como patrimonio cultural

- Ubicar a la historieta como patrimonio cultural de México.
- Integrar y preservar el primer archivo público de la producción histórica nacional y la primera biblioteca especializada en el tema.
- Integrar y conservar una colección permanente de originales de historieta.

2. Culturas populares

- Fortalecer el respeto, el aprecio y la promoción de la historieta popular mexicana.
- Desarrollar un programa integral de difusión de las formas de narrativa gráfica popular.
- Fortalecer los lazos culturales con los mexicanos dedicados a la historieta y otras formas de narrativa visual radicados en el extranjero y el interior de la República, invitándoles a participar en actividades artísticas y académicas.

3. Estímulo a la creación artística

- Generar vínculos entre proyectos de historieta y narrativa visual nacionales e internacionales.
- Estimular la creación historietística, atendiendo la demanda de nuevos grupos sociales que promuevan proyectos artísticos culturales de calidad.
- Instaurar un programa de premios y estímulos a la creación de historietas independientes.
- Abrir oportunidades a grupos sociales que busquen activar el sentido económico-productivo que podría generar la historieta, a fin de fortalecer el mercado nacional de las industrias culturales relacionadas con esta.

4. Educación e investigación del campo artístico y cultural

- Favorecer la investigación sobre la historieta a través de seminarios, asesoría a tesistas e investigadores en general, así como integración de pasantes mediante el mecanismo del servicio social. Ofrecer un espacio para la investigación documental y la asesoría especializada.
- Crear un espacio para la investigación de la narrativa visual nacional e internacional, contando con cubículos para investigadores residentes e invitados.
- Impulsar programas y acciones que fortalezcan la educación historietística entre niños y jóvenes mediante la impartición de talleres permanentes teórico-prácticos de historieta y otras actividades didácticas.

- Contar con un espacio tipo auditorio para la impartición de seminarios especializados y el dictado de conferencias magistrales.

5. Difusión cultural

- Impulsar el reconocimiento a la tradición historietística mexicana.
- Difundir la contemporaneidad y la calidad artística como principio.
- Fortalecer el intercambio y la presencia internacionales.
- Vincular la creación y la difusión del arte con la educación e investigación de la narrativa visual, bajo los criterios de calidad y diversidad.
- Difundir la investigación académica y aprovechar las nuevas tecnologías para el conocimiento y la difusión de la historieta y la narrativa visual.
- Realizar exposiciones permanentes y temporales, colectivas e individuales, que fomenten la apreciación artística de la narrativa gráfica, así como la preservación de originales en peligro de desaparición.

6. Lectura y libro

- Desarrollar programas de formación y ampliación de públicos para la historieta y la narrativa visual.
- Participar activamente dentro del programa «Hacia un país de lectores», colaborando en un esfuerzo coordinado con todas las instituciones gubernamentales relacionadas con el libro y la lectura y concertado con el sector privado y la sociedad civil para extender por todos los medios posibles la lectura de calidad entre los mexicanos.
- Desarrollar un programa editorial –una revista periódica– que busque la difusión y preservación de los clásicos y los nuevos talentos del historietismo nacional, así como la publicación de ensayos en torno al medio.
- Editar nuevas colecciones de historietas y libros sobre historieta, de circulación masiva y muy bajo precio.
- Crear una sala de lectura de historietas y narrativa visual.
- Intensificar la promoción del libro y la lectura mediante el empleo de nuevas tecnologías.

7. Medios audiovisuales

- Contribuir, mediante la producción y la difusión de materiales audiovisuales, a una mayor y mejor difusión de la cultura de la historieta y la narrativa visual.
- Apoyar las diversas ramas de la industria cinematográfica nacional de animación: producción, distribución, exhibición y difusión.
- Fomentar la producción nacional televisiva de difusión de la historieta, y difundir materiales internacionales de excelencia cuyo tema sea la historieta y la narrativa visual, que enriquezca el diálogo de México con el exterior.
- Impartir cursos, talleres, seminarios y diplomados orientados hacia la enseñanza de los distintos aspectos de la creación y apreciación de la cinematografía de animación.

- Promover la producción de materiales en disco compacto interactivo que ayuden a preservar, conservar y difundir el trabajo historietístico nacional de alta calidad.

8. Vinculación, cultura y ciudadanización

- Contribuir a la articulación de los esfuerzos de los tres órdenes de gobierno y de la sociedad a favor del desarrollo cultural.

- Establecer vínculos con universidades e instituciones de educación superior para el desarrollo de programas culturales. Algunas de las instancias nacionales con las que se establecerán vínculos son:

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes,
Instituto Nacional de Bellas Artes,
Secretaría de Educación Pública,
Instituto Mexicano de la Juventud,
Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal,
Universidad Nacional Autónoma de México, a través de varias de sus dependencias, como son:
Coordinación de Difusión Cultural,
Facultad de Filosofía y Letras,
Escuela Nacional de Artes Plásticas,
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales,
Biblioteca y Hemeroteca Nacional,
Instituto de Investigaciones Bibliográficas,
Instituto de Investigaciones Filológicas,
Instituto de Investigaciones Estéticas,
Instituto de Investigaciones Históricas.

9. Cooperación internacional

- Ampliar y diversificar la presencia de México en el ámbito internacional a través del intercambio activo con centros dedicados a la historieta en otras naciones.
- Promover convenios y proyectos específicos de cooperación.
- Estimular la cooperación cultural internacional a través de iniciativas bilaterales.
- Propiciar la participación de México en los programas culturales y de formación educativa y académica de organismos internacionales dedicados a la promoción de la historieta y artes relacionados.
- Favorecer la presentación de estas actividades en magnas manifestaciones culturales mexicanas en el país y en el extranjero, que incluyan, de manera integral, exposiciones y lo más destacado del historietismo nacional.
- Promover la realización de estudios conjuntos sobre la historieta y la narrativa visual que permita el estudio comparativo.
- Propiciar la presencia cultural de artistas y expertos de otros países en los estados de la República.
- Realizar, con base en la experiencia de otros países, un diagnóstico de la situación actual de la industria historietística mexicana, comercial e independiente, a fin de promover y estimular una mayor competitividad.

- Ofrecer un espacio para el hospedaje de historietistas y especialistas en narrativa gráfica nacionales y extranjeros invitados a realizar residencias artísticas temporales, promoviendo el intercambio internacional con otras casas de arte y de historieta a nivel mundial.

Requerimientos materiales y humanos

- Un local de mínimo 700 metros cuadrados, en donde se contará con:
  Historieteca (archivo),
  Sala de lectura,
  Sala de exposiciones,
  Oficinas administrativas,
  Cubículos para investigadores,
  Sala de usos múltiples (seminarios, talleres, conferencias, presentaciones),
  Librería y cafetería,
  Bodega,
  Taller (restauración, digitalización),
  Dos habitaciones para historietistas internacionales invitados a realizar residencias artísticas.

- El mobiliario necesario:
  Escritorios,
  Pizarrones blancos,
  Mamparas para exposiciones,
  Mesas y restiradores de trabajo,
  Archivos metálicos,
  Libreros y carritos de reacomodo de material bibliográfico,
  Muebles para computadoras,
  Mesas y sillas,
  Equipo de cómputo Macintosh con capacidad para soportar material gráfico y sus procesos de digitalización y archivación.
  Escaners

- Materiales específicos:
  Papelería,
  Discos compactos y DVD's escribibles,
  Bolsas de Mylar, cartones de soporte y cajas libres de ácido para conservar revistas de cómics,
  Material de oficina y archivo, etc.

- Personal:
  Director,
  Encargado del acervo,
  Ayudantes del encargado del acervo,
  Investigadores, tesistas y estudiantes de servicio social,
  Encargados de publicaciones, talleres y exposiciones,
  Encargado de difusión y prensa,
  Administrador,
  Secretaria,
  Personal de itendencia y vigilancia (contemplando custodios de obra de arte para el espacio museográfico).

Notas

1. «Programa Nacional de Cultura 2001-2006. La cultura en tus manos. Síntesis Ejecutiva». Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 2001, p. 3.
2. *Ibid*, p. 4.
3. Cfr. *ibid*, p. 8.
4. Cfr. *ibid*, p. 9.
5. Cfr. Armando Bartra y Juan Manuel Aurrecoechea: «Puros cuentos. La historia de la historieta en México», tres volúmenes, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y Grijalbo, México, 1993, 1995 y 1998.
6. Cfr. Georgina Guerra: «El cómic o la historieta en la enseñanza», Grijalbo, Colección Pedagógica, México, 1982.
7. Cfr. «Campos, objetivos y líneas de acción», en «Programa Nacional de Cultrua 2001-2006», *op.cit.*, pp. 15-23.

los últimos números

Juan Manuel Aurrecoechea: La historieta popular mexicana en la hora de su arqueología

Adelaida de Juan: Nuez: premio a la caricatura

Luis Mauro Sujatovich: La construcción del héroe en «El Eternauta» (2)

Hernán Ostuni Rocca: La historieta uruguaya

Joaquín Cuevas: Breve aproximación a una historia de la historieta boliviana

Gabriel López Soliz: Una aproximación a la historia de la caricatura en Bolivia

Jorge Siles: El *boom* de la historieta boliviana

Jorge L. Catalá Carrasco: El humor gráfico revolucionario en Cuba. El camino hacia un arte militante

Carlos Reyes G.: Breve e incompleta mirada a la antigua-nueva historieta independiente chilena

Luis Mauro Sujatovich: La construcción del héroe en «El Eternauta» (3)

Joanne C. Elvy: Elpidio Valdés. Un espejo de nacionalismo, identidad y memoria histórica en Cuba

Laura Vanesa Vazquez: Copi: el fuera de campo

Andrés Colmán Gutiérrez y Roberto Goiriz: Robin Wood. El nombre de la aventura

Manuel Barrero: Historietistas latinoamericanos en otros mercados, razones para el *exilio*. El caso de Argentina

REVISTA LATINOAMERICANA DE ESTUDIOS SOBRE LA HISTORIETA
COLEGA, COLEGA VENGA A VER... TENGO UN CASO RARÍSIMO... UN INTOXICADO POR EXCESO DE COMIDA
no. 31 - vol. 8 - septiembre 2008

Mauricio García Castro: La caricatura e historieta política en Chile

Hernán Ostuni Rocca: Apuntes para una historia del cómic en Ecuador

Laura Vanesa Vazquez: El mercado editorial de la historieta argentina: esplendor, crisis y renovación

Jorge L. Catalá Carrasco: Utilidades prácticas de la historieta en las clases de español como lengua extranjera